

„Duell der Formate“ – (Selbst-)Inszenierungsstrategien der deutschen Comedy-Show „TV total“

Axel Schmidt, Andrea Teuscher und Klaus Neumann-Braun

Einleitung

(Selbst-)Darstellungs- resp. (Selbst-)Inszenierungsprozesse¹ sind Teil der rituellen Ordnung alltäglicher sozialer Austauschprozesse. Insbes. Erving Goffman hat in seinen Untersuchungen gezeigt, dass soziales Handeln nicht nur hinsichtlich instrumenteller (Mittel, Zwecke), normativer ((Rollen-)Konformität) und kommunikativer (Information, Absicht) Aspekte, sondern immer auch hinsichtlich ritueller Aspekte beobachtbar ist (vgl. insbes. Goffman 1969, 1971a).² Die Art und Weise, wie etwas getan wird und wie Akteure sich durch die Form ihres Tuns ins Verhältnis zu gegebenen Situationen setzen, kurz: wie Menschen ihr Tun unter Bezugnahme auf antizipierte Erwartungsstrukturen darstellen oder in Szene setzen, verweist darauf, wie Akteure sich und die Situation interpretiert haben möchten. *Images* wiederum konstituieren sich zunächst im Wechselspiel der Arten und Weisen, wie sich Akteure in Interaktionen mehr oder weniger reflexiv selbst darstellen, indem sie verhaltend Bezug auf Erwartungsstrukturen (soziale Anlässe, Rahmen) nehmen und damit anderen (Teilnehmern, Beobachtern) „Deutungs- und Regieanweisungen“ (Soeffner 1989: 150) geben einerseits sowie den Attribuierungen, welche andere Interaktionsteilnehmer auf der Grundlage solcher Bezugnahmen aktuell vornehmen, über die Zeit (kommunikativ) kumulieren und zu einem Bild der Person, eben dem Image, verdichten andererseits. Selbst- und Fremdidentifizierungs- resp. -zuschreibungsprozesse greifen darüber hinaus auf alle Arten ‚sozialer Information‘ (soziale Identitäten³, Identitätssymbole, vorgängige Images, soziale (mediale) Rahmen

1 Zur (interaktionstheoretischen) Differenzierung der Termini Darstellung (mehr oder weniger unbewusst bzw. diskursiv kaum verfügbar; ‚natürlich/habituell‘) vs. Inszenierung (bewusst, zweckgerichtet, intentional, strategisch) vgl. Willems (1998: 32ff.).

2 Interaktionsprozesse hinsichtlich ihrer rituellen Dimension zu beschreiben, bedeutet weniger nach Zielen, Zwecken, Motiven etc. von Akteuren zu fragen, als vielmehr die Arten und Weisen der wechselseitigen (Sprech-)Handlungskoordination dahingehend in den Blick zu nehmen, dass rekonstruierbar wird, wie beide Seiten – gerade auch im Falle widerstreitender Interessen – in und durch diesen Prozess (notwendigerweise) wechselseitig aneinander orientiertes Identitätsmanagement (*Face-Work*) betreiben. Kurz: Wie verschiedene Ziele verfolgende Akteure unter Bedingungen von Kopräsenz (zumindest) rituell kooperieren.

3 Diese kommen vornehmlich durch sog. ‚Kategorisierungen auf den ersten Blick‘ auf der Basis eines verinnerlichten (Stereio-)Typenschatzes zustande (vgl. Goffman 1974; Willems 1997: 144ff.).

etc.) als spezifische Formen von Rahmungswissen zurück.⁴ So moduliert das Image, das jemand ‚mitbringt‘, den (zugeschriebenen) Rahmen seiner Darstellung(en). Einmal gebildet, fungieren Images als „soziale Wegweiser und Anweiser (...), als identifikatorische Metatexte, (...) deren Kürzelhaftigkeit (...) verdeckt ist“ (Willems 1997: 153). Diese Tendenz des Beobachters, „das Etikett für den Inhalt zu halten, impliziert ein kontrafaktisches Selbstsein“ (ebd.), welches dem Einzelnen als verkürztes Fremdbild gegenüber tritt und aufgrund seiner dramaturgischen Relevanz Beachtung und Pflege (er-)fordert. Images als ‚positive soziale Werte‘, die Einzelne für sich reklamieren, implizieren moralische (Selbst-)Ansprüche⁵ und sind auf alltägliche rituelle Aushandlungsprozesse angewiesen, die auf Kompetenzen beruhen, welche sowohl der rituellen Kooperation als auch dem rituellen Wettbewerb (Goffman: „Pluspunkte sammeln“ (1971a: 30); vgl. auch Willems 1997: 209f.) mit anderen dienen (können). Insbes. innerhalb spielerischer (verbaler) Duelle, die primär darauf angelegt sind, Imageveränderungen herbeizuführen⁶, besitzt die Demonstration der Fähigkeit, „dass er mit sich als Integrierendem besser umgehen kann als seine Gegner“ (Goffman 1971a: 31) als solche selbst symbolischen Distinktionswert (vgl. Willems 1997: 209).

Sinnsetzungen im Dienste eines *impression managements* (vgl. Goffman 1969) sind letztlich als Formen von Theatralität rekonstruierbar und inkludieren so unterschiedliche Phänomene wie die Art sich zu kleiden, persönliche Stile (etwa Sprech- und Bewegungsstile), Formen von Rollendistanz etc. bis hin zu kleinflächigeren, unmittelbar interaktionssequenziell bezogenen Phänomenen (wie etwa die Art und Weise, auf eine unangenehme Frage zu antworten). Imagepflege impliziert deshalb immer (je nach Kontext mehr oder weniger) die (strategische) Orientierung an den Beobachtungsrahmen als relevant erachteter Anderer, denn: Imagezuschreibungen sind im wesentlichen Resultate von Fremdbeobachtung (vgl. Willems 1997: 85ff.).

Dieser für *Face-to-Face*-Situationen geltende Zusammenhang setzt sich in radikalisierte Form innerhalb der Massenmedien fort. Massenmedien lassen sich – so Willems/Kautt (2003: 30) – als „größte Image-Foren der Gesellschaft“ begreifen, welche – wie kein anderes gesellschaftliches Subsystem – immanent darauf angelegt sind, griffige Bilder zu konstruieren resp. Klischees und (allgemeinverbindliche) Sinntypen zu aktualisieren und damit präsent zu halten.⁷ Images sind (in unserer heutigen Gesellschaft) v.a. mediale Konstruktionen (ebd.: 30ff.). Sie können darüber hinaus unterschiedlichste soziale Entitäten betreffen, so etwa: Personen, Gruppen, Organisationen, Nationen, Produkte etc. Massenmedien besitzen strukturell

4 So macht es einen Unterschied, ob ich beobachtetes Verhalten einem Mann oder einer Frau, einem Kind oder einem Erwachsenen, einem gesellschaftlich Hoch- oder Niedriggestellten, einem ‚Stigmatisierten‘ oder einem ‚Normalen‘, einem Prominenten oder einem Unbekannten zuschreibe. In diesem Sinn fungieren soziale Identitätsrahmen (i.S. idealisierter Verhaltensmodelle oder eines ‚feststehenden‘ Images) dergestalt als Sinntransformatoren, dass etwas Primäres (etwa das Verteilen von Kuschhänden) durch eine (kognitive) Rahmungsaktivität („die Person, die das tut, ist kein Prominenter“) eine Sinnverschiebung („Anmaßung“) erfährt.

5 (Selbst-)Ansprüche manifestieren sich darin, wie man sein bzw. gesehen werden möchte, verbunden mit sozial-moralischen Gefühlen wie Stolz, Würde, Selbstachtung etc.

6 Goffman bezeichnet dies als „Pluspunkte sammeln“ bzw. als „aggressive Verwendung von Techniken der Imagepflege“ (1971a: 30ff.). An anderer Stelle spricht er auch von „*interpersonaler action*“ (vgl. ebd.: 226ff.).

7 Häufig geschieht dies – wie Willems/Kautt (2003) im Anschluss an Goffman (1981b) argumentieren – in hyper-ritualisierender Form: Die Massenmedien – insbes. die Werbung – greifen alltagsweltliche Stereotype (etwa das Geschlechtsrollenstereotyp der Hausfrau) auf, um sie zu Stereotypen von Stereotypen zu verarbeiten (bspw. die Figur der ‚Klementine‘ in der Waschmittel-Werbung (Ariel) der 1980er Jahre).

die Macht und die Mittel, Fremdzuschreibungen in Form von Darstellungen vorzunehmen, welche einer unmittelbaren Korrektur durch die Dargestellten (zunächst) entzogen sind (da Rückmeldungen strukturell nicht vorgesehen sind). Sinnzuweisungen tendieren – so Schneider (2002: 297ff.) – deshalb dazu, sich von jener Form von Sinnzuweisungen abzulösen, die ein Autor und/oder Betroffener bestätigen würde.

Die *Inszenierung von Face-to-Face-Interaktionen* als Grundlage der Bildung, Verhandlung und Verteidigung von Image innerhalb der Massenmedien (hier dem Fernsehen) kann als mediale ‚Sondereinrichtung‘ begriffen werden, die Herstellung von Intersubjektivität innerhalb massenmedialer Kommunikation als notwendig in der Sequenzstruktur von Interaktionsprozessen verankert erscheinen zu lassen (ebd.). Die Dargestellten bekommen auf diese Weise temporär und innerhalb spezifisch gerahmter Zusammenkünfte (etwa Talkshows) und Rollenzuschreibungen (Talk-Gast) die Chance, auf aktuelle bzw. bisherige Fremdzuschreibungen zu reagieren resp. eigene (konträre) Selbstdarstellungen vorzunehmen. Darüber hinaus stellen insbes. solche ‚Einrichtungen‘ der zeitweiligen Einräumung von direkten Rückmeldemöglichkeiten Selbstinszenierungen der Medien (des Senders, der Sendung) dar. Gerade in und durch die temporäre Suspendierung ihres eigentlichen Prinzips (Vornahme von Fremdzuschreibungen ohne direkte Rückmelde- und Korrekturfunktion der Betroffenen), können Massenmedien alltagsnah, spontan und authentisch erscheinen.

Dennoch bleiben auch Images in Form von ‚höher aggregierteren‘ (wie im Falle von Organisationen) resp. der unmittelbaren, handlungsbezogenen Erfahrung entzogenen (im Falle einer medialen Vermittlung oder im Falle von Produkten) sozialen Konstruktionen letztlich auf die Primärerfahrung eines Einschätzens (Taxierens, Beurteilens) von Verhalten einer Person in *Face-to-Face-Interaktionen* rückgebundenen.⁸ Massenmedien fungieren daher – neben ihrer Eigenschaft als Imagekonstrukteure – v.a. als Instanzen der Imageverarbeitung und -distribution: „In bereichs- und gattungsspezifischer Weise (in Seifenopern anders als in den Nachrichten oder in der Werbung) geht es in den Massenmedien immer auch darum, aus vorhandenen Sinnmaterialien und Informationen (einschließlich bereits existierender Images) Images zu fertigen“ (Willems/Kautt 2003: 30).

Im Fall von *Fernsehsows*⁹ geht es zunächst weniger um Imagekonstruktionen, die eine externe Realität betreffen, als vielmehr um die *Eigenwirklichkeit der TV-Show* selbst. Die Imagekonstruktion und -pflege von TV-Shows als wahrnehmbare und identifizierbare soziale Entitäten (meist vermittelt über den Eigennamen einer konkreten Sendung oder das ‚Gesicht‘ des Gastgebers) – so soll in der Folge argumentiert werden – beruht im Wesentlichen auf den (*Selbst-)**Inszenierungsstrategien der/des Show(masters) in der Show selbst* und dort v.a. auf jenen Showelementen, die auf *alltagsanaloge Interaktionsformen* zurückgreifen. Kurz: Imageaufbau und -pflege erfolgt primär durch Prozesse identitärer Aushandlung auf personaler und organisationaler Ebene¹⁰ *in der Show selbst*. Das bedeutet auch: Die Effektivität der (massenmedialen) Imagepflege steigt in dem Maße, in dem dem (Image-)Rezipienten der

8 Das heißt nicht, dass diese Rückbindung gewissermaßen induktiv ‚richtige‘ Inferenzen produziert, sondern lediglich, dass nach dem Vorbild des Taxierens in direkten Interaktionen Eigenschaften zugeschrieben und bewertet werden. So ist es etwa möglich eine Nation als ‚stolz‘, eine Sendung als ‚frech‘ oder ein Produkt als ‚temperamentvoll‘ wahrzunehmen.

9 Vgl. Müller (2003), Plake (2004: 157ff.) sowie Hügel/Müller (1993).

10 Vgl. Willems (1998: 57ff.).

Eindruck vermittelt werden kann, er habe ‚tatsächliches Verhalten‘ von Personen beobachten können.¹¹

Im Folgenden soll exemplarisch gezeigt werden, wie die Comedy-Show „TV total“ mit Hilfe einer ihr eigenen Form der Showkommunikation ein bestimmtes Sendungsimago herstellt und aufrechterhält, indem sie identitäre Aushandlungsprozesse in Form verbaler Duelle inszeniert, welche aufgrund spezifischer Rahmungsprozesse sowohl auf personaler (Moderator ‚Raab‘ vs. Gast) als auch auf produktästhetischer (Sendung ‚X‘ vs. Sendung ‚Y‘) bzw. organisationaler (Sender ‚X‘ vs. ‚Y‘) Ebene lesbar sind.

1. Rahmenexplikation und methodische Vorgehensweise

Bevor nun ein prototypisches Beispiel genauer betrachtet wird (s. Punkt 2), sollen im Folgenden Aspekte des Rahmens, innerhalb dessen der zu betrachtende Interaktionsausschnitt einzubetten ist, umrissen werden.¹² Unter Rahmen wird in Anlehnung an Goffman (1977) sowie Willems (1997) die Summe aller vorgängigen Wissensbestände und Regeln verstanden, anhand derer einer konkreten sozialen Situation ein mehr oder weniger spezifischer Sinn verliehen wird. Rahmen fungieren als Instrumente sozialer Orientierung, die auf die interaktionskonstitutive Frage „Was geht hier eigentlich vor“? (Goffman 1977: 16) eine präformierte und damit überindividuelle Antwort bereit halten. Handelnde bedienen sich ihrer „als einer mehr oder weniger komplexen *generellen* (Meta-) Verstehensanweisung“ (Willems 1997: 35). Ein Mindestmaß an Rahmungswissen ist somit Voraussetzung zur (erfolgreichen) Teilnahme an Interaktionen. Rahmen determinieren Interaktionen jedoch nicht, sondern konstituieren eine erste Sinnenebene, auf deren Hintergrund Rahmenbrüche und Modulationen möglich werden, welche wiederum als kontrafaktische Stabilisierungen lesbar sind.¹³ Das heißt auch: Es wird in der Folge (methodisch) davon ausgegangen, dass der Umstand, *dass* es sich um eine *bestimmte Form von Medientheatralität* handelt, die Wahrnehmung und Beurteilung des Einzelfalls in spezifischer Weise präfiguriert.¹⁴

11 Der Eindruck der ‚Tatsächlichkeit‘, welcher ‚registrierenden Daten‘ anhaftet (vgl. Bergmann 1985), korrespondiert zum einen mit dem Leitanspruch des Mediums Fernsehens ‚live dabei zu sein‘ und stellt zum anderen deshalb eine wesentliche Technik der Inszenierung von Authentizität dar. Im Falle von TV-Shows wurzelt dieser Effekt in den Strukturbedingungen des Genres selbst, da TV-Shows im Wesentlichen nicht auf vorgängige Realitäten referieren, sondern als Repräsentationen ihrer selbst auftreten.

12 Gemeint ist hiermit in einem weiteren Sinne auch das, was Willems/Kautt (2003: 6ff.) – mit Blick auf makrosoziologische Zusammenhänge – als die Strukturbedingungen konkreter (Medien-)Episoden bezeichnen.

13 Willems weist auf diese doppelte Perspektive im rahmentheoretischen Ansatz Goffmans ausdrücklich hin: „Das Begriffspaar ‚Rahmen‘ (*frame*) und ‚Rahmung‘ (*framing*) steht für Goffmans Annahme und Verständnis der Differenz von sozialem Sinn und sinnaktualisierender Praxis (Willems 1997: 46). Und weiter: Goffman „differenziert in diesem Sinne generell zwischen der (rahmen-)strukturellen Realität, dem *frame-as-structure*“, der gerade nicht immer zur Disposition steht oder ‚im Werden begriffen ist‘ einerseits und dem *frame-in-use*“, der ‚oft zweifelhaften und komischen‘ (Goffman) Realität der Praxis andererseits“ (ebd.: 47).

14 Generell verweist dies wiederum auf die Problematik des Verhältnisses von Rahmen (Struktur) und Rahmungen (Handlung) bzw. – methodisch gewendet – auf die Frage nach dem Status von Rahmenexplikationen (i. S. v. Vorwissen) als Interpretationsressourcen. Da dieses (grundlagentheoretische) Problem (vgl. für die Gesprächsfor-

Das zu behandelnde Interaktionsbeispiel findet innerhalb der sog. apparativ-technischen Massenmedien und dort innerhalb des Dispositivs¹⁵ Privatfernsehen statt. Es ist darüber hinaus eingebettet in das Genre der TV-Show, spezifischer in eine ‚quasi-live‘ ausgestrahlte, seriell dargebotene Comedy-Show. Es handelt sich dabei um das Format „TV total“, welches sich unterschiedlicher humorgenerierender Showelemente bedient (*Stand-up-Comedy*, ‚natürliche‘ Interaktionen mit Gästen, vorgefertigte Einspielungen). Hieraus ergibt sich Rahmungswissen unterschiedlicher Art und Reichweite (welches im Folgenden nur ansatzweise bzw. fragestellungsspezifisch expliziert werden kann).

Im Falle der Inszenierung ‚natürlicher‘ Interaktionen – welche im vorliegenden Beitrag im Fokus stehen – findet eine Ableitung von resp. ein Vergleich mit kopräsenten Interaktionen im Alltag, erweitert um spezifische Strukturbedingungen kommerzieller Medienkommunikation (Willems/Kautt 2003: 6ff.), statt. Der Eindruck von ‚Natürlichkeit‘ (i.S.e. ungeplanten, emergenten Interaktionsgeschehens) ergibt sich im vorliegenden Fall insbesondere aufgrund des Möglichsseins bzw. Notwendigseins von *Schlagfertigkeit* als einer kompetitiven *Face-Work*-Strategie, was ein systematisch herbeigeführtes und damit erhöhtes Scheiternsrisiko impliziert. Im Gegensatz zu Takt als einem kooperativen Modus, scheint es für verbale Duelle geradezu konstitutiv zu sein, keinem Plan, keinem ‚sozialen Drehbuch‘ zu folgen. Aufgrund dessen unterscheiden sich die vorliegenden Interaktionen von anderen, nämlich scriptbasierten Comedy-Interaktionen (etwa Sketchen, welche Schlagfertigkeit u.U. simulieren, nicht aber *in actu* generieren). Effekt dieses Rahmungswissens ist zunächst, dass Imageauf- resp. -abwertungen realen Personen und nicht medialen Figuren zugeschrieben werden, und zwar sowohl hinsichtlich des Imageertrags als auch der Leistungen, die hierzu vonnöten waren. Ein weiterer Effekt betrifft die Strukturbedingungen kommerzieller Medienkommunikation: Diese können – Willems/Kautt (2003) folgend – zunächst als Arenen begriffen werden, in denen Machtkämpfe strategisch agierender Subjekte innerhalb spezifischer Ungleichheitsbeziehungen stattfinden. Charakteristisch ist eine doppelte Polung bzw. Orientierung und zwar zum einen hinsichtlich eines spezifischen Publikumssegments sowie zum anderen im Hinblick auf (kopräsenten) ‚Mitspieler‘ bzw. Konkurrenten. Hieraus ergeben sich Mehrfachrahmungen, -rollen und -adressierungen, die sich aus dem Zusammenspiel dreier (möglicher) Beteiligungsrollen ergeben: Das jeweils unmittelbare Gegenüber im Rahmen einer fokussierten Interaktion, die unmittelbar Anwesenden (Studiopublikum und die ‚Crew‘ (etwa die Band)) sowie das mittelbar adressierte, disperse Fernsehpublikum. Da aufgrund verschärfter Konkurrenz

sung etwa Habscheid 2000 sowie für die theoretische Soziologie Giddens 1995, Schneider 1994 und Greshoff/Kneer 1999) hier nicht zu lösen ist, sei nur so viel angemerkt: Um ein angemessenes Verständnis davon zu entwickeln, was in einer bestimmten Situation ‚vor sich geht‘, muss der (wissenschaftliche) Interpret rekonstruieren, als was Situationen dieses Typs in der Regel von Alltagshandelnden wahrgenommen werden und welche Implikationen (i.S.v. erwartungsstrukturierendem Vorwissen) sich daraus ergeben. Handlungen, die (immer) Bezug auf gesellschaftlich präfigurierte Rahmen nehmen, sind nur als *Bezugnahmen* auf unterstellte Rahmen sinnvoll als Rahmungsaktivitäten lesbar. D.h. einzelne Handlungen können Rahmen zwar in den unterschiedlichsten Modalitäten behandeln, können sie jedoch als im Hier und Jetzt situierte Aktivitäten nie ‚erschaffen‘, geschweige denn auf eine (mehr oder weniger) verbindliche Art und Weise intersubjektivieren (vgl. Goffman 1977 sowie Willems 1997: 41ff. und 311ff.). Rahmen- resp. Theatralitätsanalyse i.d.S. bedeutet – so betont Willems (1997: 54) – sowohl den Rahmen in Rechnung zu stellen, den Interaktionen aufgrund spezifisch kontextuierter Bühnen ‚haben‘ resp. i.d.R. zugeschrieben bekommen, als auch die situierten Aktivitäten der Akteure, die Rahmen sequenziell entfalten, wobei „jede Rahmung jeweils Prämissen für Anschlüsse bildet“ (ebd.).

15 Vgl. zfs. Hickethier (2003: 186ff.).

um Publika und zunehmender Publikumsdifferenzierung Medienproduzenten zu einem immer differenzierteren und zielgenaueren ‚recipient design‘ gezwungen sind (vgl. Willems/Kautt 2003: 7), spielen Fragen des treffsicheren Arrangierens kommunikativer Konstellationen im Vorfeld sowie der Aufbau von und v.a. das Anschließen an Interaktionsgeschichten (s.u.) eine immer entscheidendere Rolle. Ein weiterer Effekt ergibt sich aus der Spezifität des Fernsehgenres (Comedy-)Show resp. der Sendung „TV total“ (s.u.), welche ein auf der bisherigen ‚Sendungsbiographie‘ beruhendes, vorgängig etabliertes Image mitbringt (und demzufolge ‚einen Ruf zu verlieren resp. zu verteidigen hat‘). „TV total“ steht für respektlosen, tabuverletzenden und medienreflexiven (was bereits im Sendungstitel anklingt) Humor. Kern der Sendung ist die satirische Verarbeitung diverser Medienevents und Fernsehereignisse, welche in der Show (mehrfach) mittels Einspielungen präsentiert und durch den Moderator Stefan Raab kommentiert werden. Höhepunkt ist das *Face-to-Face-Gespräch mit eingeladenen Gästen* (im Folgenden als ‚Gästetalk‘ bezeichnet), welches häufig auf vergangene Fernsehrealität Bezug nimmt und diese wiederum mit Hilfe von Einspielungen im Rahmen des laufenden Gesprächs visuell präsent macht. Der Stil der Raabschen Gespräche mit seinen Gästen ist – je nach (zugeschriebener) sozialsymbolischer Position seiner Gäste – geprägt durch aggressiven Humor (vgl. Knop 2007; Schmidt 2002; Schütte 2002). Konstitutiv hierfür ist eine durchgehend unkooperative resp. eine – an üblichen Standards gemessene (vgl. etwa Brown/Levinson 1987) – unhöfliche Gesprächsmodalität, was sich auf Sprechhandlungsebene am Vollzug gesichtsverletzender Aktivitäten¹⁶ festmachen lässt. Der Einsatz ritueller Verletzungen des Images des Gegenübers ist dabei als Teil des Sendungskonzepts, mithin also als Teil rezeptiver Erwartungsstrukturen an die Sendung zu verstehen. Hinzu kommt der Live-Charakter der medialen Darstellung, was der spontanen Bewältigung einer Selbstdarstellungsaufgabe (mit aufgrund der Spezifität des Sendeformats erwartbaren Hindernissen) vor Zeugenschaft (Studio- resp. Fernsehpublikum) gleichkommt. Zusätzlicher Reiz entsteht durch prominente Rollenbesetzung, „steht doch dabei das Vermögen der Darsteller im Mittelpunkt, mit vorgeprägten Images zu jonglieren, sie zu bestätigen und/oder sie möglichst witzig oder provokativ zu durchbrechen“ (Kurzenberger 2003: 454). Eine besondere Rolle spielt die korporale Dimension, da gerade im Rahmen einer (Erst-)Eindrucksmanipulation der Körper als Darstellungsmittel und Ausstellungsobjekt resp. als (unwillkürliches) Ausdrucksmedium fungiert, an dem sich „erste Eindrücke“ (Willems 1998: 43) festmachen. Diskrepanzen zwischen körpergebundenen Ausdruckselementen (Goffman 1981a; Willems 1997: 85ff.) bzw. unwillkürlichen Darstellungen auf der einen und kommunizierten Informationen auf der anderen Seite sind Ansatzpunkte für Authentizitätszuschreibungen resp. Täuschungsunterstellungen.¹⁷ Eindrucksmanipulation ist

16 Zu sog. *Face Threatening Acts* (gesichtsverletzenden Aktivitäten) vgl. Goffman (1971a; 1974) sowie insbes. Brown/Levinson (1987).

17 Vgl. auch Schütz (1974: 31), der diese Differenz auf die Formel bringt, dass einerseits ‚etwas zum Ausdruck kommt‘ (unwillkürliche Darstellung) resp. ‚etwas zum Ausdruck gebracht wird‘ (kommunizierte Information; Mitteilung). Da es beobachterabhängig ist, ob etwas Wahrgenommenes als Mitteilung verstanden (gerahmt) wird (vgl. Luhmann 1995), kann körperliches Ausdrucksverhalten – insofern es eben nicht als Mitteilung verstanden wird – als Indikator ‚echter‘ Gemütsbewegungen fungieren bzw. – insofern es als absichtlich hervorgebracht gelesen wird – als Manipulation oder Täuschung gerahmt werden. Insbes. Fernsehshows (als unterhaltende, non-fiktionale Formate) gewinnen ihre Attraktivität zu einem Großteil aus dem Arrangieren sozialer Situationen, innerhalb derer die Wahrscheinlichkeit, dass körperliche Ausdrucksformen als unwillkürliches (und damit authentisches) Verhalten gerahmt werden, stark erhöht ist (vgl. etwa Müller 1999).

in dem Maße erfolgreich, in dem es dem Darstellenden gelingt, einen konsistenten Eindruck seiner selbst zu vermitteln. So dient „Selbstdarstellung (...) wesentlich dem *Eindruck* der ‚Gradlinigkeit‘ als einem Moment von Glaubwürdigkeit“ (Willems 1997: 89).

Ein weiterer, spezifischerer Effekt des Rahmungswissens sind die Modalitäten der Gästerauswahl in „TV total“. Im vorliegenden Fall kommt ein bestimmter Typus zum Tragen¹⁸, nämlich die Vorführung einer – gemessen an der bisherigen Sendungsgeschichte von „TV total“ (s.u.) – abgelehnten Medienperson und – damit zusammenhängend – einer Person, welche sich in (zugeschriebener und/oder realer) sozialstilistischer Ferne zum Format „TV total“ resp. zu seinem (idealiter) anvisierten Publikum befindet. Hinzu kommt im vorliegenden Fall, dass der eingeladene Gast, namentlich Daniel Küblböck, selbst sowohl eine Medienbiographie ‚mitbringt‘ als auch als Vertreter eines bestimmten Genres (*Casting-Show* resp. *Real-People/Life-Show*)¹⁹, eines bestimmten Formats (‚Deutschland sucht den Superstar‘) sowie eines bestimmten ‚Medienprojektes‘ (personal: ‚Superstar werden‘; organisational: einen Superstar nach vorgegebenem Schema öffentlich zu suchen) auftritt resp. ‚gelesen‘ wird. Aus der Sicht des „TV total“-versierten Rezipienten ergibt sich eine für das Format bekannte und damit einschätzbare kommunikative Konstellation: Es handelt sich um ein Aufeinandertreffen zweier Medienpersonen und Sendungsvertreter, deren medienvermittelte Kommunikationsgeschichte dergestalt inszeniert wurde (v.a. durch bisherige „TV total“-Sendungen), dass ein konfrontativer Umgang miteinander sowohl hinsichtlich der Personen²⁰ als auch hinsichtlich der ‚Medienprojekte‘, die sie stellvertretend darstellen, erwartbar ist. Es handelt sich damit gewissermaßen (auch) um ein „Face-Work“-Duell auf Sendungstyp- resp. Formatebene. Die direkte *Face-to-Face*-Konfrontation mit bisher bloß indirekt (in Form medialer Vermittlung) degradierten Personen stellt einen zentralen Baustein der TV-total’schen Attraktionsstrategie dar und generiert Spannung durch den Aufbau von spezifischen Erwartungshaltungen: Wird der Gast die im Vorfeld gelaufenen Degradierungen thematisieren? Inwiefern wird der Gast die Chance nutzen, nun direkt zur bisherigen Abwertung seiner Person Stellung nehmen zu können? Welche Haltung nimmt er dazu ein und welche Strategien verwendet er, sein Image zu ‚reparieren‘ resp. aktuell aufzuwerten? Gelingt es dem Moderator (erneut) seinen Gast und die Sendung, für die er steht, zu degradieren? Und vor allem: Wie, durch welche Inszenierungsstrategien gelingt ihm das (nicht)?

An dieser Stelle ist der *Interaktionsrahmen des Gästetalks*, der durch die Sendung „TV total“ und v.a. die (bewährten) Rahmungsaktivitäten des Moderators (i.d.R.) etabliert wird, von entscheidender Bedeutung. Denn: Ein solcher (professionell durch das Sendungsmanagement) arrangierter Rahmen schafft resp. schließt – sofern er erfolgreich aufrechterhal-

18 Zu einer Typologie der Gäste in „TV total“ und den damit zusammenhängenden Typen des Umgangs s. Schmidt (2002).

19 Vgl. Schmidt (2006).

20 Raab als Moderator hat Küblböck in seinen bisherigen Sendungen mehrfach beleidigt. Obwohl Raab dabei in seiner TV-Rolle als Moderator agiert hat, werden ihm diese Aktivitäten i.d.R. als ‚ganze Person‘ zugeschrieben. Dies lässt sich u.a. als Effekt des Genres „TV Show“ begreifen, die im Gegensatz zu fiktionalen Formaten eine mediale Eigenwirklichkeit konstituiert, in der zunächst die (Zuschreibungs-)Regeln der Alltagswirklichkeit gelten. In diesem Sinne agieren Moderatoren nicht als mediale Figuren in einer fiktionalen Welt, sondern als ‚echte‘ Personen in einer mit der Alltagswelt im Austausch stehenden Fernsehwirklichkeit.

ten werden kann²¹ – (Selbst-)Bezeichnungs- und -Darstellungsräume. Vorgreifend lässt sich sagen, dass der Gästetalk mit einer Rahmung arbeitet, welche zwischen ‚Starinterview‘ und veralbernder Vorführung des Gasts bzw. Stars²² oszilliert, wodurch eine kontinuierliche, situationsimmanente Spannung erzeugt wird, welche im Wesentlichen auf der Darstellung des paradoxen Versuchs beruht, etwas zu tun, was (zunächst) nicht möglich (zumindest jedoch widersprüchlich) erscheint, nämlich jemanden einerseits als Star zu hofieren bzw. ihm Achtung entgegen zu bringen (Ehrerbietung) und ihn andererseits zugleich als Star zu demontieren bzw. ihm mit Missachtung (*Face*-Verletzung) zu begegnen.

Mittel zur Aufrechterhaltung eines solchen widersprüchlichen Meta-Rahmens sind systematisch herbeigeführte Rahmenbrüche²³ resp. die Modulation einer bekannten Darstellung (eines Starinterviews), also – um mit Goffman zu sprechen – mittels eines Sets mehr oder weniger konventionalisierter Regeln, durch das „eine bestimmte Tätigkeit, die bereits im Rahmen eines primären Rahmens sinnvoll ist, in etwas transformiert wird, das dieser Tätigkeit nachgebildet ist, von den Beteiligten aber als etwas ganz anderes gesehen wird“ (Goffman 1977: 55f.). Zu klären, als was die Akteure (bzw. die Rezipienten) dieses ‚ganz andere‘ behandeln resp. dessen initiale Etablierung und dessen konstituierende Regeln zu rekonstruieren, ist (eine) Aufgabe der nachfolgenden Analyse.

Die Effektivität der im Folgenden darzustellenden (Selbst-)Inszenierungsstrategien beruht dabei zunächst im Wesentlichen eben auf jener Spezifität des für „TV total“ typischen ‚Gästetalks‘, welcher aufgrund seiner ambivalenten Rahmung (als Spiel oder Spaß bzw. unterhaltendes ‚*verbal duelling*‘ (bis hin zu Formen ritueller Degradierung) einerseits vs. als ernsthaftes, konventionelles ‚Starinterview‘ andererseits) inhaltlich und pragmatisch höchst Unterschiedliches zulässt und darüber hinaus – was entscheidender ist – die Tatsache der medialen Aufführung einer solchen Situation selbst zum theatralen Zeichen des eigenen Imageanspruchs werden lässt. Nach dem Motto „Wir wären nicht ‚TV total‘, wenn wir nicht...“²⁴, führt die Sendung das vor und aus, was sie (auch) von sich behauptet. Umgekehrt: Hier wird nicht bloß ein Image im Sinne einer sprachlich expliziten Reklamierung behauptet, sondern in alltagsanaloger Weise durch zukunftsoffenes Interagieren vorgeführt und dadurch im Vollzug (mit)hergestellt.

21 Dies verweist auf die Frage nach der Verteilung von Deutungsmacht und die oben erwähnten, für mediale Interaktionsprozesse typischen, strukturellen Ungleichheitsbeziehungen. Ein entscheidender Aspekt der Analyse verbaler Duelle resp. deren Imageeffekte ist deshalb die Frage nach Chancen der Situationsdefinition. Die nachfolgende Analyse wird sich also zunächst mit Fragen der Deutungs- oder Rahmungsmacht auseinanderzusetzen haben.

22 Dieses Vorwissen basiert auf früheren Untersuchungen des ‚Gästetalks‘ in „TV total“. Siehe hierzu die Analysen zum Gespräch mit Ali resp. Bettina Stark in Schmidt (2002).

23 In formaler Hinsicht bricht Raab zunächst mit bestimmten Regeln des konventionellen Star- oder Prominenteninterviews, welches dem Gast ein (mediales) Forum bietet, seine Person in positiver Weise vor- und auszustellen. Die relevanten Imageaspekte bezüglich der eigenen Person setzt also der Gast im Wesentlichen selbst, während der Moderator die Stichworte liefert. Raab unterläuft dieses Idealbild eines Starinterviews, indem er – grob gesprochen – das Gespräch dominiert und v.a. irritiert (etwa durch absichtliche Fehlinterpretationen, Simultansprechen, Nicht-Ausreden-Lassen/Ins-Wort-Fallen u.v.a.m. (vgl. im Einzelnen Schmidt 2002). Inhaltlich setzt Raab auf Brüche, welche vor dem Hintergrund einer ‚normalistischen‘ Folie als unangemessen empfunden werden (etwa Unterstellung von Homo- und Bi-Sexualität, Femininität (im Falle von männlichen Gästen), Drogenkonsum, Behinderung etc.). Solche Kategorisierungen entfalten erst vor dem Hintergrund einer für normal (und moralisch richtig) gehaltenen Realität eine pejorative Wirkung.

24 Diese formelhafte Wendung stellt eine häufige Einleitung des Moderators zu verschiedensten Einspielern dar, wodurch mit dem Gestus des investigativen Journalismus gespielt wird (vgl. auch Schmidt 2002).

Soziale Praxen und Sphären unterscheiden sich u.a. hinsichtlich Grad, Explizitheit und Relevanz theatralen Handelns. So überwiegt etwa der Anteil instrumentellen Handelns im Rahmen ärztlicher Tätigkeiten letztlich theatrale Anteile (zumindest was die retrospektive Beurteilung des Handlungserfolgs betrifft)²⁵, wogegen innerhalb der Arenen non-fiktionaler Medienunterhaltung die Aufführung von etwas (Theatralität) das explizite (und v.a. oft einzige) Ziel der Kommunikation ist. Aufgrund der Tatsache, dass bei der Show der Zweck der Handlung mit ihrer Aufführung in Eins fällt und dadurch Diskrepanzen zwischen Handlungserfolg auf der einen und Vorführung („to show“) dessen, was die Handlung sein soll oder sein will auf der anderen Seite, entfallen, verlagern sich die Kriterien, an denen sich gelingendes Handeln orientiert und gemessen wird, primär auf die Ebene der (gelungenen) Darstellung(en)²⁶. Insofern erfordert die mediale Inszenierung eines *offenen Schlagabtausches* zum Zwecke der Unterhaltung (primär) und Imagearbeit (sekundär) von beiden Seiten (personal) ein hohes Maß an ‚Theatralitätsmanagement‘. Korrespondierend zum Image als idealisierter, hoch selektiver und fiktiver Konstruktion liegen Gewinn- und Verlustpotenziale auf einer symbolisch-theatralen Ebene („eine gute Figur machen“), soziales Sein ist reduziert auf Darstellungskompetenz, schrumpft zur Funktion theatraler Zeichen (vgl. Willems 1997). Effekt und Vorteil *dieser* (schlagabtauschartigen) Kommunikationsform ist die Möglichkeit, Aufbau und Pflege des eigenen Images (welches hier vornehmlich *ex negativo* durch die Abwertung anderer entsteht) in den erwartbaren Teil der (Show-)Kommunikation so zu inkorporieren, dass selbstinszenatorische Anteile als ‚natürliche Effekte‘ der (misslungenen) Darstellungsbemühungen der ‚Gegenseite‘ resp. der spezifischen Art und Weise der aufgeführten Interaktionen erscheinen und auf diese Weise latent bleiben. Das hängt mit der Spezifik der kommunikativen Form zusammen: ‚Comedy‘ kann nur auf- bzw. vorgeführt, nie behauptet werden, was im Falle des Gästetalks bedeutet, dass sich in der (kompetitiven) *Performance* mit dem Gast kommunikative Mittel und Ziele zu einer *Vor-Führung* im doppelten Wortsinn verdichten: Im Sinne der Show wird etwas vorgeführt, was zugleich durch die *Art der Vorführung* ‚entweiht‘ wird. Unterhaltung und Face-Work (Imagepflege) speisen sich daraus, dass und wie vor-geführt wird. Die Herbeiführung verbaler Duelle ist auf diese Weise Mittel und Ziel der Kommunikation. Das hat zur Folge, dass sich ‚die Sendung‘ (i.S.e. „korporierten Regisseurs“ (Reichertz 1992)) einer immer wieder zu leistenden, prekären Aufgabe gegenüber sieht: Die herbeigeführten Duelle müssen unterhalten und (zumindest in der Mehrzahl der Fälle) im Sinne des Kommunikators gelingen, d.h. sie sollten durch oder trotz der Art und Weise ihrer Aus- und Aufführung unterhalten. Denn: Das anvisierte Ziel der Sendung, eingeladene Gäste (etwa

25 Jedes Handeln lässt sich – so wurde oben eingeführt – auch unter theatralen Aspekten beobachten. Auch das ärztliche Handeln bedient sich – das haben insbes. Studien in der Tradition des symbolischen Interaktionismus sowie der Ethnomethodologie eindrücklich nachgewiesen (vgl. etwa Henslin/Briggs 1971) – theatraler Mittel zur Regulation und Aufrechterhaltung des immer (wieder) prekären Verhältnisses zwischen Professionellem und Klient resp. Arzt und Patient (vgl. hierzu grundlegend Parsons 1965). Letztlich – und das ist hier entscheidend – wird das Handeln des Arztes *auch* (und in juristischer Hinsicht lediglich) am Handlungserfolg resp. an der handwerklich korrekten Ausführung gemessen, welche(r) (je nach Fall) nur in gewissem Maße kommunikativ (bzw. theatral) herzustellen resp. beeinflussbar ist.

26 Das Gezeigte (die Show) kann höchstens ‚schlecht‘ sein, d.h. die Unterhaltungserwartungen des Publikums nicht erfüllen. In diesem Fall behauptet die Darstellung/Vorführung jedoch nicht etwas anderes als sie tut, die Art und Weise der Durchführung ist bloß misslungen.

im Falle von D. Küblböck) zur sendungseigenen Imageaufwertung *vorzuführen* (im Sinne Goffmans (1971a) „Punkte machen/sammeln“ im Rahmen von ‚*interpersonaler action*‘), ist interaktiv aufwändig und birgt (im Gegensatz etwa zu Sketchen oder der Vor-Führung Unwissender/Uneingeweihter (‚versteckte Kamera‘)) ein hohes Scheiternsrisiko. Die Auf-führung dieser Vorführung gelingt dann, wenn der Moderator (Stefan Raab) – als Reprä-sentant und Exekutant der Sendung – im (Rede-)Duell siegt resp. sein Widerpart unterliegt (also im übertragenden Sinn ‚vorgeführt‘ wird) und zugleich der Eindruck erweckt wird, als sei dies eine aktuelle und spontane Leistung des Moderators (Schlagfertigkeit) resp. eine emergente Folge der Entwicklung des ungeplanten interaktiven Geschehens in der Show (hier liegen die Wurzeln unterhaltsamer Spannung). Die gelungene Vorführung im Rahmen professioneller Showkommunikation setzt dabei auf *bewährte konversationelle und theatrale Mittel und Muster*, um die Wahrscheinlichkeit eines Gelingens zu erhöhen resp. das Risiko eines Scheiterns abzuschwächen. M.a.W.: Der ‚*kompetitive, vorführende Gästetalk*‘ arbeitet mit eingebauten ‚Sicherheitsvorkehrungen‘. Um solche (Selbst-)Inszenierungsstrategien – sowohl auf der Ebene personaler, zunächst als szenisch (d.h. alltagsanalog) zu begreifender Darstellungshandlungen (Bezugspunkt: personales Image) als auch auf der Ebene organisationaler Inszenierungshandlungen (Bezugspunkt: Sendungsimage), welche die aktuelle Situation aufgrund routinisierter „Kamerahandlungen“ (vgl. Reichertz 1992) als auch professionellen Agierens des Exekutanten (Raab) transzendiert –, soll es im Folgenden gehen.

Die entscheidende Frage ist dann, wie mediale Inszenierungsstrategien die Aufführung alltagsanalogen *Face-Works* resp. ‚*interpersonaler action*‘ (Goffman 1971a) überformen oder – um es anders auszudrücken – den auch im Alltag schon vorhandenen Aufführungscharakter solcher Interaktionen radikalisieren (im Sinne erhöhter Identitätsrelevanz und erhöhtem Konsequenzenreichtum), durch Professionalisierung kanalisieren und dadurch effektivieren. Oder: Wie und mit welchen Konsequenzen aus dem ‚Alltags-Theater‘ ein mediales ‚Super-Theater‘²⁷ der Gesellschaft wird.

Hierzu sollen im Folgenden *ausgewählte Passagen aus einem Ausschnitt der Sendung „TV total“*²⁸ einer Analyse unterworfen werden.²⁹ Es handelt sich dabei um einen Ausschnitt aus der Folge vom 03.02.2003, in welcher der Prominente „Daniel Küblböck“ als Gast Rede und Antwort

27 Vgl. Real (1989), zfs. Thomas (1998: 173ff.).

28 In aller Kürze: „TV total“ stellt ein von Produzenten wie Programmzeitschriften ausgewiesenes Comedy-Show-Format dar, das seit März 1999 zunächst einmal und seit 2001 viermal wöchentlich um 22 Uhr oder um 23.15 Uhr auf Pro Sieben gesendet wird. Die reine Sendezeit (abzüglich der Werbepausen) beläuft sich auf ca. 40 Minuten. Moderiert wird die Sendung von dem Musiker, Komponisten und Produzenten Stefan Raab, der das Format selbst konzipiert hat und damit sowohl als das ‚Gesicht‘ wie auch als der ‚Macher‘ der Sendung begriffen wird (einen umfassenden Überblick gibt Knop 2007). Zum Format (Ablauf, Aufbau der Sendung) vgl. Schmidt (2002), zu den „TV total“-Sondersendungen (*Specials* und *Events*), welche mittlerweile einen integralen Bestandteil des „TV total“-Konzepts darstellen, vgl. Hepp (2003) und zu zentralen Strategien der Komikgenerierung der Show insgesamt vgl. Knop (2007: 227ff.).

29 Die hier vorgestellte Fallanalyse ist vor dem Hintergrund fallübergreifender Analysen (vgl. Deppermann 1999: 94ff.) zu verstehen, welche auf der Basis eines „TV total“-Korpus durchgeführt wurden. Die Materialauswahl (*Ausschnitt*) erfolgte zunächst erkenntnisinteressengeleitet (Gästetalk) sowie des Weiteren unter dem Gesichtspunkt der Prototypizität (typischer Fall eines vor-führend, kompetitiven Gästetalks) und des Phänomenreichtums (vgl. Deppermann 1999: 35ff.). Die detailliert besprochenen *Passagen* (s. Punkt 2) repräsentieren den Beginn und damit auch die entscheidenden, eröffnenden Weichenstellungen der betreffenden Interaktionsepisode (s.u.).

steht.³⁰ Neben dem hier im Fokus stehenden Protokolltext (Gästetalk) spielen auch immer wieder die intratextuelle Verweise (etwa der zu Beginn der Passage erwähnte „*Austria-Shake*“; s. dazu unten) und intertextuelle Verweise eine entscheidende Rolle, d.h. Hintergrundwissen, welches Voraussetzung für das angemessene Verständnis der jeweiligen Handlungsstrategien darstellt. Im vorliegenden Fall spielt die bisherige ‚Kommunikationsgeschichte‘ resp. die daraus ableitbare ‚Beziehung‘ der beiden Gesprächspartner eine entscheidende Rolle. Erwartungsstrukturierend (für das folgende Aufeinandertreffen) wirken u.a. etwa die folgenden Vorwissensbestände:

- Daniel Küblböck sowie die *Casting-Show* „Deutschland sucht den Superstar“³¹ (im Folgenden mit DSDS abgekürzt), durch die er bekannt geworden ist, waren in früheren „TV total“-Folgen wiederholt Zielscheibe des Raabschen Spotts. So wurde den Machern von DSDS unterstellt, das Zuschauer-Voting aufgrund ökonomischer Interessen manipuliert zu haben, oder es wurde massiv Stimmung gegen bestimmte Kandidaten gemacht (z.B. wurde im Studio ein Plakat mit der Aufschrift „Alex muss raus“ aufgehängt).
- Darüber hinaus wurde Daniel Küblböck auch als Person massiv diskreditiert und beleidigt: So wurde er explizit als „Vollschwuchtel“ bezeichnet und mehrfach Ziel parodistischer Einlagen (so trat Raab etwa in einer Küblböck-Verkleidung auf).
- Das Potenzial der Comedy-Show „TV total“ resp. ihres Moderators Stefan Raab, Personen und (Medien-)Ereignisse scherzhaft zu bewerten und auf diese Weise – als längerfristiger Effekt – sowohl (Alltags-)Stars bzw. ‚Anti-Stars‘ aufzubauen als auch bestimmte (Medien-)Ereignisse dauerhafter mit bestimmtes Images zu belegen³², spielt im

30 Die Begrenzung des Ausschnitts erfolgte sequenzlogisch (ein in dieser Weise in Realzeit abgelaufenes, ungekürztes ‚Stück‘ medialer Wirklichkeit) sowie interaktionstheoretisch (der Ausschnitt repräsentiert eine pragmatische Sinneinheit, erkennbar an Rahmenschaltelementen (Eröffnung/Anmoderation; Auftritt einer bisher nicht präsenten Person bzw. Beendigungen/Abmoderation; Abtritt einer bislang präsenten Person), und repräsentiert auf diese Weise eine *Episode* (vgl. Goffmann 1977: 278ff.). Die aus der Gesamtsendung herausgelöste Episode lässt sich aktivitätstypisch als das begreifen, was oben als ‚Gästetalk‘ bezeichnet wurde.

31 Bei „Deutschland sucht den Superstar“ (kurz: DSDS) handelt es sich um eine *Casting-Show*, die auf dem Konzept der britischen Sendung „*Pop Idol*“ beruht und von *Grundy Light Entertainment* produziert wird. Die erste Staffel der Sendung wurde im Herbst 2002 von RTL ausgestrahlt und 2007 ist die vierte Staffel angelaufen. Die Sendung (verstanden als eine durchgehende Staffel) gliedert sich – grob gesprochen – in einen *Casting-* und einen *Show-Teil*. Im *Casting-Teil* bestimmt eine ausgewählte Jury auf der Grundlage eines kurzen (i.d.R. unverstärkten und unbegleiteten) Vorsingens im Studio, welche der Bewerber als Kandidaten im Rahmen eines Gesangswettbewerbs (*Show-Teil*) vor Live-Publikum gegeneinander antreten. In diesen, im Stile großer Galaabende aufgezogenen *Show-Teilen* präsentieren die Kandidaten einstudierte Song-Performances, welche durch die Jury bewertet werden (in der ersten Staffel bestehend aus dem Produzenten, Komponisten und Interpreten Dieter Bohlen, der Journalistin Shona Fraser, dem Hörfunkmoderator Thomas Bug und dem ehemaligen BMG-Manager Thomas M. Stein). Jeweils im Anschluss stimmen die Fernsehzuschauer über ein *Telefon-Voting* ab, welcher Kandidat die Sendung verlassen muss. Dieses *Procedere* wird durchlaufen bis in der letzten Sendung ein Sieger/eine Siegerin feststeht. Das Finale der ersten Staffel am 8. März 2003 erreichte eine durchschnittliche Zuschauerquote von 12,8 Millionen. Zum Konzept der Sendung gehört es auch, über das tagtägliche Zusammenleben und Training der Teilnehmer, über ihre (ersten) Erfahrungen mit dem *Show-Business* sowie über den Umgang ihrer Familie und Freunde mit dem ‚neuen Leben‘ als Medienperson zu berichten. Insbesondere die erste Staffel war stark durch die Berichterstattung der Boulevardpresse (v.a. der Bild-Zeitung) geprägt, in der vor allem Daniel Küblböck sehr präsent war (vgl. hierzu insbes. Hickethier 2005).

32 Seit dem Sendestart von „TV total“ im Jahre 1999 gelangten unzählige Prominente und Nicht-Prominente durch die Sendung zu zweifelhafter Berühmtheit (man denke etwa an die ‚O lalalöma-Boys‘, den ‚Gerhard Schröder-Song‘, ‚Hol mir ma ne Flasche Bier‘ oder die vielen Jugendlichen (etwa Marco), die Wissensfragen zu beantworten hatten). Schlagendstes Beispiel hierfür war der Aufbau Regina Zindlers zu einem (kurzlebigen) ‚Alltagsstar‘ (vgl. die Analyse in Hepp 2003).

vorliegenden Fall eine kaum zu überschätzende Rolle: Küblböck betritt die TV- (total-) Bühne (bereits) als ‚Lachnummer‘ (‚Anti-Star‘), und das durch ihn (zu diesem Zeitpunkt vertretende) Format „DSDS“ tut ein Übriges – zumindest aus der (antizipierten) Perspektive des anvisierten „TV total“-Zielpublikums – als boulevardeske, primitive und ‚abgekartete‘ TV-Show, in der sich Möchtegern-Experten (Bohlen), Möchtegern-Moderatoren (Spengemann, Hunziker) und Möchtegern-Sänger (Küblböck) versammeln.³³

Das Aufeinandertreffen in solcherart ‚vorbelasteter‘ Beziehung stehender Personen, inszeniert als öffentliches Ereignis im Rahmen einer TV-Show lässt ein entsprechendes Agieren der Akteure im „teleologischen Rahmen der Eindrucksmanipulation“ (Willems 1997: 107) vermuten. Da „erfolgreiche Theatralität eine (kontext-)spezifische strategische Handlungsrationalität impliziert, die auf eine entsprechende Versiertheit des Akteurs verweist“ (ebd.: 105), verfährt die Analyse nach dem Prinzip der doppelten Hermeneutik³⁴: Ansatzpunkt ist das Kognitions- und Performanzwissen der Akteure als strategisch Handelnde (d.h. deren lebenspraktisches, auf praktikable Lösungen und erreichbare Ziele angelegtes Reflexionswissen), welches in Theatralitätsprozessen zur Anwendung gelangt bzw. dort aufscheint. Die Rekonstruktion dieses Wissens und die auf dieser Grundlage nachvollziehbar zu machende Aufschichtung sinnsetzender und sinndeutender Akte zu einem kommunikativen Ganzen (dem Gespräch, der Interaktion) ist wiederum Ausgangspunkt für weitergehendere Interpretationen und Aussagen (etwa hinsichtlich sozialer Normalitätsvorstellungen oder typischer (medialer) Inszenierungscharakteristika (in den Massenmedien, im (privaten Unterhaltungs-)Fernsehen, in TV-(Comedy-)Shows, in „TV total“)). Methodisch umgesetzt wird dies mit Hilfe eines sequenzanalytischen, sinnrekonstruierenden Verfahrens, da es – wie Willems betont – „die Methode [der ‚Sequenzanalyse‘ ist], die dem mit dem Theatralitätsbegriff gemeinten Prozessverständnis am besten entspricht. (...) In ihr kann man insofern so etwas wie den Königsweg der Theatralitätsanalyse sehen“ (Willems 1998: 42).

33 An dieser Stelle müssen Hinweise genügen: Aufbau, Anspruch und Durchführung des *Casting*-Formats „DSDS“ konterkarierte Raab etwa mit seiner Gegenshow „SSDSGPS“ (s.a.u.), in der er zeigen konnte, dass talentierte Sänger/innen auch ohne den typischen *Casting*rahmen (Leistungsideologie, Training, Uniformität, Vereinnahmung des privaten Umfelds etc.) erfolgreich sein können resp. solche Formate (die Grundidee des Gesangswettbewerbs wurde ja beibehalten) auch ganz anders (weniger bemüht, weniger künstlich eventisiert, weniger ‚vermutend‘) durchgeführt werden können. Darüber hinaus waren die Protagonisten der Show „DSDS“ (allen voran die Kandidaten, aber auch die Moderatoren (v.a. C. Spengemann) und die Jury (hier insbes. D. Bohlen)) immer wieder Ziel des Raabschen Spotts.

34 Vgl. Giddens 1984 sowie im Hinblick auf rahmenanalytische Ansätze Willems (1997: 103ff.).

2. Analyse initialer Rahmungsaktivitäten

Das spezifisch imagekonstituierende Potenzial des ‚Gästetalks‘ (s.o.) wird dabei insbesondere zu Beginn der Interaktionsepisode durch das *ineinandergreifende Management von Rahmen* hervorgebracht. Die in der Folge genauer zu betrachtenden *Rahmungsaktivitäten* betreffen zum einen die *aktualisierte (soziale) Identität* des Gastes sowie zum anderen die Etablierung (Aushandlung) eines (gemeinsamen) *Handlungs- bzw. Interaktionsrahmens*. Beides zeitigt (sich wechselseitig bedingende) *Image-Effekte* sowohl auf *personaler* (Raab/Küblböck) als auch auf ‚organisationaler‘ („Medienprojekte“: „TV total“/„DSDS“) Ebene. Aufgrund der besonderen *Relevanz von Eröffnungen für den weiteren Verlauf von Interaktionen* beschränkt sich die folgende Betrachtung auf die *Anfangssequenzen* des ausgewählten Ausschnitts. Denn: Ein wesentliches Moment interaktionaler *Deutungs- resp. Rahmungsmacht* liegt in den Möglichkeiten und Spielräumen, *Anfänge* (von Interaktionsepisoden) zu *gestalten*. Im vorliegenden Fall ergibt sich dies u.a. auch aus der spezifischen medialen Konstellation (s. Punkt 1), da der Gastgeber (strukturell) die Möglichkeit hat, sowohl ‚großflächig‘ (Medium, Sendung, Genre, Format) auf bereits etablierte Rahmen zurückzugreifen als auch ‚kleinflächig‘ (etwa durch die Anmoderation, die Gesprächseröffnung etc.; s.u.) Rahmen aktuell hervorzubringen. M.a.W.: Die Spezifität der Showkommunikation stellt effektive Mittel zu Verfügung, der Interaktion mit dem Gast durch ‚Vorab- oder Erst-Rahmungen‘ die gewünschte Richtung zu geben, um damit Image-Effekte zu kontrollieren. Wie (initial) definiert wird, wer als wer wahrgenommen wird (bzw. werden soll), geschieht dabei prinzipiell auf zweierlei Arten:

a) Identitätsrahmungen

Hierunter sind Aktivitäten zu verstehen, welche den Gast aktuell als ‚Inhaber‘ einer bestimmten (sozialen) Identität ausweisen, indem ihm mehr oder weniger explizit resp. zumindest inferierbar bestimmte Identitätsaspekte zugeschrieben werden.³⁵ Dies geschieht durch das Einbringen bzw. Aktualisieren von identitätsbezogenen Wissenselementen (Inhalten). Bevor Gäste innerhalb show-kommunikativer Rahmen selbst zu Wort kommen bzw. ihnen Raum zur (eigenständigen) Entfaltung eingeräumt wird, werden sie zumeist hinsichtlich ihrer *Person* (s. Punkt 2.1), ihres bisherigen (medialen) Wirkens und Schaffens („Medienprojekt“; s. Punkt 2.6) sowie u.U. hinsichtlich etwaiger, bisheriger (relevanter) ‚Kollisionen‘ zwischen Gastgeber resp. dessen Sendung und Gast („Medienbiographie“; s. Punkt 2.4) verortet. Imageeffekte ergeben sich aus (mehr oder weniger expliziten) Behauptungen darüber, wie oder was jemand ist sowie aus der Art und Weise, wie solche Identitätsunterstellungen vom Betroffenen gehandhabt werden.

35 Dabei sind *Identitätsrahmungen* (= aktuell vorgenommene Identitätszuschreibungen) prinzipiell vor dem Hintergrund ‚virtueller‘ *Identitätsrahmen* (= Normalitäts- und Idealvorstellungen bzgl. angemessenen Verhaltens resp. angemessener Identitätspräsentation sowie relativ ‚feststehende‘ vorgängige personale Images) zu verstehen (vgl. Goffman 1967; zfs. Willems 1997: 115ff. und 146ff.). ‚Identitäten‘ in diesem Sinne sind zunächst als aktuell hergestellte Differenz (i.S.e. Abweichung von Normalformerwartungen resp. einer Festlegung von etwas im Unterschied zu etwas anderem) zu begreifen, welche durch das aktuelle Interaktionsgeschehen hervorgebracht werden (vgl. grundlegend Antaki/Widdicombe 1998) und auf den Einsatz unterschiedlichster symbolischer (sprachlicher wie nicht-sprachlicher) Mittel zurückzuführen sind (für den Fall der Jugendgruppenkommunikation vgl. etwa Deppermann/Schmidt 2003).

b) Rahmenhybridisierung

Interaktionspartner zeigen sich durch die Art und Weise, in der sie ihre Aktivitäten ausführen, an, in welchen Situationen sie sich wähnen resp. zu wähnen beabsichtigen. Dies geschieht i.d.R. zunächst implizit durch Rahmungshinweise³⁶, welche (mehr oder weniger explizit, beabsichtigt etc.) darauf angelegt sind, einen bestimmten Interaktionsrahmen zu etablieren. Aus dieser Perspektive geht es dann weniger darum, was gesagt wird, als vielmehr darum, wie etwas gesagt wird und was (dadurch) getan resp. welche Situation (dadurch) etabliert wird.³⁷ Imageeffekte ergeben sich (im Gegensatz zu den expliziter auf Imageeffekte abzielenden Identitätsrahmungen) eher indirekt und mittelbar: Die Darstellung von jemand als etwas bzw. als jemand mit bestimmten Eigenschaften (Identitätszuschreibungen) geschieht hier durch die Art und Weise, in der die Interaktion durchgeführt bzw. gerahmt wird, also durch den Ton, die Modalität oder den ‚Takt‘ (vgl. Goffman 1971a: 34ff.) des Gesprächs. M.a.W.: Der Rahmen des Gesprächs ist Indiz für die Behandlung des Gastes und damit (auch) verantwortlich für die ‚Figur‘, die er ‚abgibt‘. Wie oben bereits erwähnt, – und wie in der Folge zu zeigen sein wird, – geschieht dies im vorliegenden Fall durch ein Oszillieren zwischen konventionellen televisionären Interviewformen mit Prominenten (kurz: ‚Starinterview‘) einerseits und degradierenden, auf *Vor-Führung angelegten* Gesprächsformen andererseits. Durch eine solche *Rahmenhybridisierung* (s. Punkt 2.2, 2.3 und 2.5) kommt das zustande, was oben als ‚*vor-führend kompetitiver Gästetalk*‘ bezeichnet wurde.

Im Fokus der folgenden Analysen³⁸ steht die Frage, *wie* durch Identitätsrahmungen und Rahmungshybridisierungen ein Interaktionseinstieg geleistet wird, welcher den Boden für die „TV total“-typische Vor-Führ-Komik bereitet.

2.1 Identitätsrahmung I: Personale Verortung

Die personale Erstverortung des Gastes geschieht i.d.R. durch den Gastgeber der betreffenden Sendung, entsprechendes, kommunikatives Muster bzw. mediales Schema ist die *Anmoderation*. Primäre Funktion ist die Ankündigung des resp. die Überleitung zum nächsten Showteil, im speziellen Fall die Vorstellung und damit Einführung des Show-Gastes sowie – in aktivitätstypischer Hinsicht – die Etablierung des Interaktionsrahmens „Gästetalk“. I.d.S. also zunächst ein konventionelles, erwartbares Element des Genres ‚TV-(Comedy-)Show‘,

36 Hierunter sind Aktivitäten zu verstehen, welche das Potenzial haben, den Rahmen einer Situation anzuzeigen resp. welche in dieser Weise lesbar sind (vgl. Willems 1997: 46ff.). Die prinzipielle Hinweisqualität von Ausdrucksverhalten firmiert (wenn auch in theoretisch unterschiedlicher Intention) auch unter den Stichworten ‚Kontextualisierungshinweise/contextualization cues‘ (Auer 1986; Gumperz 1992; Knoblauch 1991; Schmitt 1993) resp. ‚keys‘ (Goffman 1977).

37 Thematisch-inhaltlich kann es etwa um Zukunftspläne gehen. Entscheidend ist dann, was im Rahmen der Thematik getan wird (etwa: es wird eine Frage gestellt und nicht etwa eine Behauptung aufgestellt) und wie dies geschieht (höfliche, knappe, rhetorische etc. Frage). Beides gibt Aufschluss darüber, was im vorliegenden Fall ‚vor sich geht‘ bzw. in welcher Situation sich die Interaktionspartner wähnen resp. zu wähnen beabsichtigen.

38 Die Darstellung folgt dabei der Chronologie der protokollierten Interaktion und nicht der hier vorgestellten Analyse-systematik, da beide Strategien (Identitätsrahmungen/Rahmungshybridisierungen) aufeinander aufbauen und sich – interaktionsprozessual betrachtet – verschränken resp. überlagern. Die Anfangssequenz wird auf diese Weise in ihrer sequenzlogischen Entfaltung dargestellt, wobei die jeweils dominanten systematischen Aspekte an ausgesuchten Sequenzen besprochen werden.

welches allerdings aufgrund seines Potenzials, eine Erstverortung ohne direktes (!) Widerspruchsrecht des zukünftigen Interaktionspartners zu leisten, für entsprechende Weichenstellung des kommenden Gesprächs ausbeutbar ist. So auch im vorliegenden Fall: Die Anmoderation kündigt den Gast an und führt ihn in einer bestimmten – nun näher zu bestimmenden – Art und Weise ein:

1. Anmoderation¹⁹

- 1 SR: ((sitzt hinter seinem Schreibtisch))
- 2 [((Lachen)) dAs war der AUStria shake meine dAmen und hErren-
- 3 XP: [((Klatschen))
- 4 <<f, all> und der jUnge MANn,] der dEn AUstria shake
- 5 XP: ((Klatschen))]
- 6 SR: AUs der kAnne EX saufen wird ist JETzt bei uns zu gAst;
- 7 SR: [hier Ist DANiel kÜbelböck]
- 8 SR: [((Handbewegung in Richtung Treppe und fährt Bühne zur Treppe))]
- 9 XP: ((klatscht, jöhlt und pfeift bis Zeile 42, ab Zeile 34 dim))
- 10 T: ((Musik der Studioband setzt ein
- 11 DK: ((tänzelnde Schritte zum Treppengeländer, bleibt kurz stehen und
- 12 streckt Arm und Zeigefinger in die Höhe, dabei rhythmische
- 13 Hüftbewegung))
- 14 SR: [((stehend, zeigt auf DK, lehnt sich dabei nach hinten, lacht und
- 15 DK: [((tanzende und hüpfende Schritte die Treppe hinunter,
- 16 SR: spricht unhörbar vermutlich Begrüßungen und Ankündigungen))]
- 17 DK: wirft die Beine seitlich weg))]
- 18 SR: [((gibt DK die Hand, andere Hand dabei in der Hosentasche und weist
- 19 DK: [((gibt SR die Hand, sagt unhörbar etwas, vermutlich hallo,
- 20 SR: auf einen der Sessel neben dem Schreibtisch
- 21 DK: tänzelnde Schritte zum Sessel, bleibt vor dem Sessel breitbeinig
- 22 SR: winkt ins Publikum und zeigt kurz auf DK))]
- 23 DK: stehen, schaut zu SR und winkt dann auch ins Publikum))]
- 24 DK: [((lacht, setzt sich fast hin, steht kurz auf und zeigt auf SR,
- 25 SR: [((fährt Bühne wieder zurück))]
- 26 DK: setzt sich))]
- 27 SR: ((lacht und zeigt auf DK))

39 Das Transkript wurde nach den Konventionen des Gesprächsanalytischen Transkriptionssystem (GAT) (Selting et al. 1998; siehe Anhang) erstellt. Da für die fokale Fragestellung die Interaktion zwischen Moderator und Gast im Vordergrund steht, wurde aus Gründen der Darstellungsökonomie und Lesbarkeit auf ein umfassendes Transkript, welches auch detailliert die medientechnische Inszenierungsstrategien wie Einstellungsgröße und Schnitte etc. mitrepräsentiert, verzichtet (vgl. hierzu z.B. Keppler 2006: 325f.). Diese wurden jedoch selbstverständlich mitanalysiert. Insofern die medientechnischen Inszenierungsstrategien für die Darstellung der folgenden Analyseergebnisse relevant sind, werden diese entsprechend beschrieben. Eine Siglenliste findet sich im Anhang.

28 SR: [<<f, all> DANiel kübelböck meine damen und herren;>]
 29 T: [((Musik hört auf))]
 30 SR: [pUt your hAnds together for the sensAtional dAniel kübelböck;]
 31 SR: [((klatscht rhythmisch in die Hände))]
 32 DK: [((streckt die Beine vor und schlägt ein paar Mal kurz die
 33 Fersen auf]

Zu Beginn der Anmoderation fällt zunächst das formelhafte Moderationsschema mit den Bausteinen ‚Abmoderation‘ („das war...“), ‚Anrede der Zuschauer‘ („meine damen und herren“), sowie ‚Anmoderation‘, bestehend aus Ankündigung („ist jetzt bei uns zu gast“), Nennung und Präsentation des Gastes („hier ist daniel küblböck“) sowie die Person näher charakterisierende Beschreibungen („junge mann“; „der X tun wird“)⁴⁰ auf. In Verbindung mit markierter und dynamisierter Intonation, Sprechrhythmus und starker Akzentuierung sowie entsprechender Gestik und Mimik lehnt sich diese Anmoderation stilistisch an als Mega-Events beworbene Showereignisse wie etwa Boxwettkämpfe an. Verstärkt wird dieser Eindruck durch musikalische Untermalung (Einsatz der Studioband in Z 10), durch das frenetisch klatschende, johlende und pfeifende Studiopublikum sowie durch wiederholte, die *live*-Atmosphäre übertönende Ankündigungen (in Z 7, 28, 30). Die in stilistischer Hinsicht hyperbolische Einführung eines (in bisherigen Sendungen diskreditierten) Gastes kann (mittlerweile) als konventionelle Humorstrategie „TV total“-scher Showkommunikation gelten, welche – in der vorliegenden Szene – durch das Publikum goutiert zu werden scheint. Durch die permanente und stereotype Wiederholung dieses Schemas erhält diese Form der Anmoderation einen ritualisierten Charakter, welcher im Rahmen von Comedy die Unernsthaftigkeit der (stilistischen) Weihe anzeigt und dadurch den Status eines ‚*running gags*‘⁴¹ bekommt.

Mit Blick auf die inhaltliche Füllung dieses (inszenatorischen) Schemas und damit im Hinblick auf explizitere identitäre Zuschreibungen entfaltet diese Ankündigung in mehrfacher Hinsicht gesichtsverletzendes Potenzial: Dem Gast, Daniel Küblböck (im Folgenden: DK), wird durch den Moderator, Stefan Raab (im Folgenden: SR), prospektiv eine Tätigkeit unterstellt, deren tatsächliche Ausführung diskreditierendes Potential besäße: Denn zum einen stellt der *Austria-Shake*⁴² ein abstoßendes Getränk dar, dessen Verzehr Ekel hervorriefe und Überwindung kostete. Aber selbst wenn man es als eine Art Mutprobe verstände, referiert SR zum anderen mit der Ankündigung eines „Ex-Sauf-Wettbewerbs“ in Verbindung mit dem Auftritt seines Gastes auf einen sowohl in aktivitätstypischer als auch sozialidentitärer Hinsicht abwegigen und diskreditierenden Kontext bzw. Tätigkeitszusam-

40 Wörtliche Zitate aus den Transkripten sind kursiviert und stehen in doppelten Anführungsstrichen, sinnngemäße Zitate sind ebenfalls kursiviert, stehen jedoch in einfachen Anführungszeichen.

41 Zum Konzept des „*running gag*“ s. Brock 2004: 180.

42 Hierbei handelt es sich um intratextuelles Rahmungswissen: Die Sendung vom 03.02.2003 firmiert unter dem Motto „Österreichwochen“, im Rahmen derer der Moderator kurz zuvor in einem Mixer den durch ihn in diesem Moment so benannten *Austria-Shake* (insofern handelt es sich um einen Fantasienamen) zubereitet. Dieses Mixgetränk besteht aus den Zutaten Almdudler, Strohrum, Obstler, Red Bull und einem Schnitzel und bildet so eine Art ‚kulinarischer Stereotypen-Mix‘.

menhang.⁴³ Zudem wird mit der Formulierung „aus der kanne ex saufen“ ein sprachliches Register gewählt, welches einem sozialstilistischen Milieu entstammt, das eine beträchtliche Ferne zu jenem sozialen Stil aufweist, welchen DK für sich zu reklamieren beabsichtigt.

Zusammengenommen lässt sich sagen, dass auf diese Weise – d.h. durch den ritualisiert-hyperbolischen Ankündigungsstil auf der einen und den Redehalt auf der anderen Seite – bereits innerhalb der Anmoderation ein in evaluativer Hinsicht ambivalenter Rahmen geschaffen wird. M.a.W.: Der Gast wird bereits zu Beginn augenzwinkernd herabgewürdigt, indem ein – für die Generierung von Humor – klassisches Schema zur Anwendung gelangt: Eine Inkongruenz zwischen stilistischer (hyperbolische Weihung) und inhaltlicher („Austria shake (...) ex saufen“) Ebene erzeugt einen ‚doppelten Boden‘, welcher als Ausgangspunkt von Rahmenhybridisierungen begriffen werden kann.

2 Rahmenhybridisierung I: Etablierung des Vorführrahmens

Schon in der Anmoderation greifen auf diese Weise verschiedene Inkongruenzen dergestalt ineinander, dass sie einerseits einen ernstzunehmenden Star erwarten lassen (angezeigt etwa durch den Ankündigungsstil und den weiteren Gesprächsverlauf (s.u.)), andererseits jedoch zugleich aufzeigen, dass dieser ‚Star‘ in pubertärer Manier ‚auf die Probe gestellt‘ werden soll, sein ‚Star-Sein‘ also noch im Werden begriffen ist (Scheitern inbegriffen).⁴⁴ Hiermit ist auf den oben angesprochenen Interaktionsrahmen des *vor-führend kompetitiven Gästetalks* verwiesen. Entscheidend jedoch ist, dass das *würdigende Star-Interview als Vergleichsfolie* dahingehend relevant bleibt, dass man im Zusammenhang mit Anmoderationen (in TV-Shows) zunächst die Erwähnung bestimmter Leistungen im Rahmen eines künstlerischen Schaffens erwartet, und erst vor diesem Hintergrund die Nicht-Erwähnung solcher Identitätsmerkmale resp. die Erwähnung anderer, in diesem Kontext (scheinbar) abwegiger Charakterisierungen („der, der den Austria-Shake ex saufen wird“) aufgrund ihrer Absenz/Differenz als diskreditierend versteht. Die Unbedeutsamkeit des angekündigten Gastes als Künstler oder Sänger wird darüber hinaus auch dadurch angezeigt, dass die inhaltliche Füllung des Anmoderationsschemas sich problemlos (und d.h. hier v.a. auch willkürlich) intratextueller Verweise („Austria-Shake“) bedienen kann, ohne sich um eine inhaltliche Konsistenz bemühen zu müssen. Mehr noch: die (stilistische) Inkongruenz der Überleitungskette („Austria-Shake“ – ‚ex saufen‘ – ‚Küblböck‘) zeigt, dass es eigentlich unerheblich ist, wie oder durch was der Gast angekündigt wird, d.h. sich eine nähere Beschreibung und damit eine identitäre Verortung erübrigt. Die überleitende Ankündigung erhält dadurch den Charakter ‚markierter

43 Außer der kontextuellen Abwegigkeit einer solchen Tätigkeit kommt hinzu, dass solcherart Mutproben in identitärer Hinsicht riskante und ambivalente Unterfangen sind: Ähnlich wie sog. ‚Chicken-Games‘ (vgl. etwa Schank/Schwitala 1987) nehmen sie häufig die Form sog. ‚loose-loose‘-Situationen an, da sowohl die Ablehnung (man steht als jemand da, der ‚gekniffen‘ hat) als auch die Annahme Imageschädigungen nach sich ziehen können, da – neben dem Risiko zu scheitern – die Möglichkeit besteht, dass selbst die erfolgreiche Durchführung keinen Garant darstellt, Imageaufwertungen zu erfahren, sondern vielmehr als Akt interpretiert wird, den Schwächere aufgrund des Drucks Stärkerer erdulden, gewissermaßen eine Art Demütigungsritual.

44 Diese Lesart legt im Übrigen auch das (zunächst unpassend erscheinende) Aufrufen eines ‚Ex-Sauf-Wettbewerbs‘ nahe; zu Gast bei Raab zu sein, scheint (zumindest im Fall Küblböck) eher einer Mutprobe als einem Gespräch unter (gleichgestellten) Prominenten nahe zu kommen.

Lieblosigkeit'.⁴⁵ Insbes. die Verlagerung seiner Verdienste in die Zukunft („*ex saufen wird*“) zeigt, dass er nicht wegen seiner erbrachten (künstlerischen) Leistungen zu Gast ist, sondern vielmehr aufgrund (erhoffter) zukünftiger ‚Leistungen‘, welche – so lässt die Ankündigung vermuten – wenig mit seinem eigentlichen ‚Geschäft‘ zu tun haben werden.

Für die folgende Interaktionssituation sind somit die Weichen gestellt: Art und Inhalt der Ankündigung des Gastes etablieren einen ambivalenten Rahmen, welcher anzeigt, dass man sich als Zuschauer auf eine Art Wettkampf zwischen Raab und Küblböck einzustellen hat, wodurch typische Zuschauererwartungen (als Effekt spezifischen Rahmenwissens; s. Punkt 1) *in situ* bestätigt werden. Andererseits hat sich Raab aufgrund der (wenn auch augenzwinkernd lesbaren) Herabwürdigung seines Gastes die bessere Ausgangsposition für das folgende Duell verschafft bzw. die Deutungshoheit hinsichtlich der Rahmensetzung für das folgende Interaktionsgeschehen für sich reklamiert – und das bevor sein Gast die Bühne überhaupt betreten hat.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass eine ‚geladene‘ Atmosphäre geschaffen wird, in der man als Zuschauer gespannt sein darf, wie sich Küblböck ‚schlagen‘ und wie Raab in der zu erwartenden Demontage des Images seines Gastes fortfahren wird.

2.3 Rahmenhybridisierung II: Wechsel in den Starinterview-Rahmen

Im weiteren Interaktionsverlauf manifestiert sich das oben aufgezeigte Spannungsverhältnis:

2. „Viele Fans“

- 34 SR: herzlich willkOmmen-
- 35 DK: ((setzt sich so hin, dass ein Bein auf dem Sessel liegt))
- 36 DK: <<mit verstellter Stimme> hellÖ:,>
- 37 SR: ((sitzt)) eine große frEUde- du sIEhst du hast viele fAns,
- 38 WP: =<<schreiend> dAniel;>
- 39 SR: DA: Oben, ich [habs gehört;]
- 40 WP: [<<h> hu:::]
- 41 DK: ((hebt den Arm)) <<h> jü:::> ((lacht))
- 42 SR: jA,
- 43 (-)

Mit der direkt an Daniel Küblböck adressierten Begrüßung wird der Gesprächsrahmen ‚Gästetalk‘ etabliert und eröffnet. Im Gegensatz zur vorausgehenden Ankündigung folgt Stefan Raab damit den Regeln höflicher Kommunikation und etabliert so – zumindest punktuell – einen kooperativen Modus der Gesprächsführung. Dies korrespondiert mit der Thematisierung

⁴⁵ Diese Form der Inkongruenz ist ein häufiges Mittel, durch welches in Comedy-Formaten Komik erzeugt wird. Nicht immer überwiegt die abwertende Komponente; häufig dient es auch zur Herstellung von Nähe und Intimität i.S.v. „*joking relationships*“ (Radcliffe-Brown 1965).

der „vielen Fans“ in Z 37, was zunächst den *Rahmen* eines *Starinterviews* aufruft. Beides – Anerkennung als Star und Begeisterung des Publikums – haben von Beginn an ambivalenten Status. Ersteres wird kurz darauf konterkariert (Z 39; s.u.), letzteres (der frenetische Applaus des Publikums) erscheint als typische Haltung des „TV total“- (Studio-) Publikums, welches die übertriebene Begeisterung für eigentlich nichts Begeisterungswertes als rituellen Teil der Show zu begreifen gelernt hat. Die vorliegende Szene dreht sich (durch solches) Rahmungswissen gewissermaßen um: Weder kann davon ausgegangen werden, dass die Begeisterung des Publikums ernst gemeint ist resp. überhaupt dem Gast als Person gilt, und noch weniger kann sie deshalb als Indiz für das Vorhandensein von Fans im Studiopublikum herhalten.

Dies widerspricht allerdings nicht der Tatsache, dass explizit eine Eröffnung gewählt wird, die unmoduliert im Starinterviewrahmen stattfinden könnte, der jedoch durch die Publikumsreaktion ironisch gebrochen wird. Auf der Interaktionsebene zwischen Raab und Küblböck ‚kippt‘ der Starinterview-Rahmen unmittelbar im Anschluss wiederum in den *Vorführ-Rahmen*, indem SR in Z 39 den Zwischenruf aus dem Publikum (Z 38) zum Anlass nimmt, seine zuvor getroffene Aussage als eines empirischen Nachweises bedürftig zu rahmen („*da oben, ich habs gehört*“), wobei er dadurch *en passant* die Fangemeinde („*vielen*“) auf einen einzigen Fan reduziert, wodurch die positiv konnotierte Kategorie der „*Fans*“ resp. der Star- und Popularitätsstatus von DK *ad absurdum* geführt werden.

Bereits an dieser (initialen) Stelle wird deutlich, dass sich der Spielraum für vor-führende Abwertungen eben genau durch das durch den Gast mitgetragene Changieren zwischen Starinterview und Verballhornung des Stardaseins eröffnet, wodurch ein (variierbares) Muster entsteht, welches sich aus folgenden Positionen zusammensetzt:

- (geheuchelte) Anerkennung/Lob“ (hier: „*herzlich willkommen*“ /Z 34; „*große Freude*“, „*vielen Fans*“; Z 37);
- Annahme durch den Gast und/oder das Publikum (hier: „*hellö*“ /Z 36; „*(schreiend) Daniel*“ /Z 38);
- (pointenartige) diskreditierende Auflösung (hier: „*da oben, ich hab's gehört*“ /Z 39);
- ‚Mitspielen‘ / ‚darauf Einsteigen‘ durch das Publikum (hier in Form einer Bestätigung als Fan erkannt worden zu sein („*<<h> hu:::*“ /Z 40) und/oder durch den Gast (hier in Form eines (durch Lachen modulierten) Zurückgrüßens an die Adresse des durch SR identifizierten Fans („*(hebt den Arm)*“ *<<h> jü:::*“ ((lacht)) /Z 41).

Diese kleine kollaborative Aufführung zu Beginn weist den weiteren Weg, steckt gewissermaßen den theatralen Rahmen ab: SR, welcher sich zunächst der ‚konspirativen‘ Zusammenarbeit mit seinem Saalpublikum versichert hat (entscheidender Einstieg ist hier das oben erläuterte „ironische Feiern“), scheint seinen Gast nach dem Motto demontieren zu wollen „...desto tiefer der Fall“.

2.4 Identitätsrahmung II: ‚Medienbiographie‘ (Vorgeschichte)

In diachroner Perspektive fungiert die Verortung des Gastes innerhalb einer spezifischen ‚Medienbiographie‘ (Vorgeschichte) als Strategie für eine gelingende Aufführung der produktästhetischen (‚Medienprojekt‘; s. Punkt 2.6) und personalen (s. Punkt 2.1) Rahmung. Die Aktualisierung *vorgängiger Identitätszuschreibungen* durch die Sendung „TV total“ ge-

schiebt hier gewissermaßen ‚virtuell‘, indem das Gegenteil von dem behauptet wird, was der Fall war:

3. „Du bist der Sieger“

- 44 SR: ja:; <<all> das frEUt mich das du zu uns gekommen bIst, dEnn du
 45 wEIßt, wIr haben immer zU dir gehAlten;>
 46 DK: ``ja; ((horizontale Bewegung mit rechter Hand von links nach
 47 rechts))
 48 XP: ((Lachen))
 49 SR: wir haben nIE gesch <<lachend> ja;> wir haben nie geschErzt hier,
 50 ICh hab immer gesagt DU bist der sIEger oder?
 51 DK: ..h das stImmt;
 52 SR: =ja:;
 53 DK: =das stImmt;

Was der Fall war – so kann (nicht nur vom ‚eingefleischten‘ „TV total-Zuschauern“) geschlossen werden, – weicht erheblich von dem ab, was explizit behauptet wird: Natürlich hat „TV total“ „gescherzt“ (Z 49) und natürlich ist die „große Freude“ (Z 37, auch Z 44) und die Unterstützung („immer zu dir gehalten“ /Z 45) nicht ernst gemeint. SR – so lässt sich zunächst festhalten – verstößt auf diese Weise systematisch gegen Höflichkeitsregeln der Kommunikation, indem er offensichtlich, absichtlich und bewusst die Unwahrheit behauptet, also gegen die Wahrheitsmaxime verstößt – nicht nur Kontextwissen, sondern auch Mimik, Gestik, Intonation und Syntax weisen darauf hin (Z 45f., 49).

Das degradierende Potenzial dieser Strategie ergibt sich zum einen daraus, dass DK auf diese Weise innerhalb eines spielerisch-scherzhaften Rahmens genötigt wird, offensichtlich Unwahrheiten zu ratifizieren. Ein gesichtswahrender ‚Ausstieg‘ resp. eine Richtigstellung ist – ohne hohen interaktiven Aufwand – kaum möglich. Zudem betrifft die zu ratifizierende Unwahrheit diskreditierende Inhalte, die mit ihm als Person zusammenhängen, wodurch zum anderen eine kommunikative Konstellation angedeutet wird, in welcher das Klatschopfer (DK) durch das Klatschsubjekt (SR) zum zweiten Mal gedemütigt wird, indem dieses schlichtweg die vorgängigen Beleidigungen leugnet, mehr noch: provozierend behauptet, dass das Gegenteil der Fall sei. Dieser Zug kann somit als Duell-Angebot gelesen werden, paraphrasierbar als: ‚Ich verhöhne dich gerade zum zweiten Mal. Du hast jetzt die einmalige Chance dich von Angesicht zu Angesicht dagegen zu wehren‘. DK wählt eine eher kooperative, unaufwändige und der (scherzhaften) Rahmung angemessene Strategie, indem er diesen Angriff ironisch pariert (erkennbar an dem auffällig intonierten „ja“ und die daran anschließende, übertrieben resolut wirkende Geste (Z 46)), womit er einerseits zu erkennen gibt, dass er um die Unwahrheit des Gesagten weiß sowie andererseits, dass er den Angriff als Scherz zu verstehen weiß, was zusammengenommen sein Nicht-Eingreifen – in gesichtswahrender Hinsicht – ‚erklärt‘, nachvollziehbar macht. Das vorerst harmlos wirkende Spiel zunächst einmal mitspielend, gerät DK jedoch in der Folge in eine für die Raabsche Komik-kommunikation typische Falle: SR baut eine (Frage- bzw. Aussage-)Kette auf („immer zu

*dir gehalten“ /Z 45; „nie gescherzt“ /Z 49; „immer gesagt du bist der Sieger“ /Z 50), deren letztes Glied semantisch aus den vorigen Gliedern hervorzugehen scheint (Unterstützung, keine Scherze, Sieger) und von daher – ‚inhaltslogisch‘ – auch falsch sein müsste.⁴⁶ Aus dem Hintergrundwissen zur ‚Sendungsbiografie‘ ergibt sich jedoch ein anderer Schluss: Die in Z 50 getroffene Aussage ist nachweislich wahr. Mit dem *question tag* „oder?“ ist nun wieder DK in der Pflicht, Stellung (zum Wahrheitsgehalt) der letzten Aussage zu nehmen. Die Strategie scheint aufzugehen: Küblböck – sichtlich überrascht – geht in die Falle und ratifiziert Raabs Aussage explizit („*das stimmt*“) und bekräftigend (dieser Eindruck entsteht v.a. durch die Doppelung (Z 51 u. 53). Entscheidend ist, dass hierdurch der Eindruck erweckt wird, DK stimme (implizit) auch allen vorausgehenden Behauptungen zu bzw. hege gegen diese keinen Widerspruch. In gewisser Weise hat es den Anschein, Küblböck reaktualisiert sich (unfreiwillig) als Ziel vorausgehenden Spottes, indem er aktuell genötigt wird, diesen zu negieren. Erreicht ist damit zweierlei: SR gelingt es gleich zu Anfang, DK in eine verzerrte Kommunikation hinein zu manövrieren. Diese besteht darin, dass die (implizite) Dementierung (vorgängiger) Gesichts-Verletzungen durch das Opfer selbst erneut Gesichts-Verletzungen auf einer Meta-Ebene generiert, ohne dass aktuell (neue und massive) Gesichts-Verletzungen explizit ausagiert werden müssten und dies sichert SR – umgekehrt – ein (für seine Zwecke notwendiges) Mindestmaß an Kooperativität vonseiten seines Gastes.*

Kurz: DK wird bereits in dieser kurzen Anfangssequenz als jemand vorgeführt, der Beleidigungen hinnimmt (bzw. hinzunehmen hat) und Raab nichts Substanzielles entgegensetzen hat. Der Eindruck, DK beklatsche seine eigene Vorführung, kommt nicht von ungefähr: Raabs Manöver zielen u.E. letztlich darauf ab, Daniel Küblböck – gerade auch angesichts des durch ihn vertretenen ‚Medienprojekts‘ (DSDS) – als ‚Medienmarionette‘⁴⁷ vorzuführen (s.a. Punkt 2.6.).

2.5 Rahmenhybridisierung III

In den folgenden drei Passagen versteht es Raab, degradierende Vorführung und Starinterview so miteinander zu verschränken, dass sowohl die Person (DK) als auch das durch diese vertretene ‚Medienprojekt‘ Imageschäden erleiden:

4. „Zusammengeschlagen“

54 SR: =jA, also schon drEi wochen vorher hab ich gesagt

55 [hIEr (.)]

56 [(hebt den Arm über den Kopf)]

57 wEnn einer gewinnt, dann ist es dAniel kübelÖöck, und hAt zwar im

58 Endeffekt dieser andere; wIe heißt der Andere tYp da, Ax1, axEl,

46 Verstärkt wird dieser Eindruck darüber hinaus durch den syntaktisch ähnlichen Aufbau der betreffenden Formulierungen, welche dem Schema ‚Wir/ich habe(n) immer/nie XY getan‘ folgen.

47 Prinzipiell lässt sich dies als ein Gästetypus begreifen (neben anderen, etwa den ihrerseits versierten Medienfiguren (z.B. andere *Comedians* wie Oliver Pocher) oder den i.d.R. ‚eigendynamischen‘, internationalen ‚Superstars‘ (wie etwa *Meatloaf* oder *Bono* von der Band ‚U2‘). Vgl. hierzu auch Schmidt 2002.

59 XP: ((Lachen))
 60 DK: a' a' [a' ((lacht))]
 61 SR: [alEx;]
 62 SR: alEx;
 63 DK: (ähm/ja=ähm,)
 64 SR: ja den du zuSammengeschlagen hast im hotEl;
 65 XP: ((lacht))
 66 SR: weißt de, hehehehehe
 67 DK: `ja:;[::]]
 68 DK: [((bewegt rechte Hand kurz hin und her))]

Der umgangssprachliche, ‚schnodderige‘ Moderationsstil geprägt durch abwertende Referenzen auf Personen („*dieser andere*“; „*der andere typ*“ /Z 58) und syntaktische Versprecher (Zeilen 51-55) ist zwar einerseits charakteristisch für den Moderationsstil Stefan Raabs, weicht andererseits aber stark vom Duktus des würdigenden Starinterviews ab. In der vorliegenden Passage insbes. auch dadurch, dass die Inszenierung von Nicht-Wissen („*wie heißt der andere typ da, axl, axel*“) eine Beliebigkeit bzw. Austauschbarkeit der Personen suggeriert, wodurch Raab klar zu erkennen gibt, dass weder dem Gast noch seinen künstlerischen Leistungen Respekt gebührt. Interaktiv gelingt es Raab erneut, Küblböck zu verunsichern, indem er die Behebung seines Nicht-Wissens als kollaborativ zu erbringende Leistung zu inszenieren versucht („*wie heißt der andere typ*“ als Frage an DK adressiert). Da Raabs demonstrativ zur Schau gestelltes Nicht-Wissen zeigt (bzw. zeigen soll), dass Kandidaten der TV-Show „DSDS“ definitiv nicht zum ‚*who is who*‘ der Medienprominenz gehören (sollten), wird DK auf diese Weise der Boden als Star entzogen und seine Rolle als Prominenter – was mitunter seine Einladung in die Show legitimiert – wird ihm (zumindest ‚spiegelbildlich‘ durch die aufgeführte Nicht-Bekanntheit seines Konkurrenten) entzogen. DK reagiert dementsprechend irritiert und überrascht (er stottert und lacht erstaunt/Z 60), bis er in Z 63 Raabs Namensvorschlag „Alex“ zurückhaltend („*ähm/ja ähm*“) ratifiziert.

All dies geschieht gewissermaßen nebenbei – als Auftakt bzw. im Rahmen des Topos „Sieger/gewinnen“, welcher in Z 50 beginnt (als letztes Glied der Fragenkaskade) und erst in Z 68 zu einem Abschluss gebracht wird (als Teil einer ‚zwar-aber-Konstruktion‘; s.u.). Gerade weil der größere Sinnzusammenhang („zwar-aber-Konstruktion“ /Z 47-71) scheinbar vordergründig ist, einen plausiblen Rahmen liefert (innerhalb dessen etwa beiläufig nach dem Namen des Konkurrenten gefragt werden kann) und dadurch Aufmerksamkeit bindet, erscheinen ‚kleinere Spitzen‘ überraschend, spontan und interaktiv motiviert. Sie erwecken den Eindruck als seien sie Produkt einer emergenten Gesprächsentwicklung.⁴⁸ So auch die nähere Charakterisierung des „DSDS“-Gewinners Alex Klawns („*den du zusammengeschlagen hast im Hotel*“), welche als ‚harmloser‘ Versuch einer klärenden Ergänzung der zuvor ja fraglichen Personenreferenz daherkommt (syntaktisch: in der Form eines Relativsatzes). Die

48 Exakt jene Beiläufigkeit und Eingepasstheit in die konkrete Situation verleiht auch sog. ‚Diss-Attacken‘ in jugendlicher Peer-Group-Kommunikation ihre Schlagfertigkeit (vgl. Schmidt 2004).

Selbstverständlichkeit suggerierende („*weißt de*“ /Z 66) Beiläufigkeit nötigt dem Gegenüber eine Ratifikation ab (schwach in Z 67), denn eigentlich geht es ja vordergründig um etwas ganz anderes (wie oben bereits angedeutet). Resultat dieser Strategie ist es, dass die Unterstellung (Küblböck habe Klaws verprügelt) sowohl in inhaltlicher (ihr wird nicht widersprochen) wie in pragmatischer Hinsicht (auch die Unhöflichkeit, anderen Unwahres zu unterstellen, wird nicht behandelt) sowie alle hiermit einhergehenden Inkongruenzen (etwa solche sozial-symbolischer Art: ein prügelnder DK ist ebenso undenkbar wie ein ‚Ex saufender‘; s.o.) und Implikationen (etwa hinsichtlich der dadurch unterstellten Handlungsmotive (etwa Neid)) unwidersprochen bleiben.

In der folgenden Passage schließt SR nun den in Z 50 begonnen Topos ‚Sieger/gewinnen‘ in Form einer ‚zwar-aber-Konstruktion‘ ab und rekurriert dadurch wieder auf übliche Elemente eines *Starinterviews*, indem auf „*die neue Platte*“ (Z 69), also auf das künstlerische Produkt, Bezug genommen wird:

5. „*Neue Platte*“

69 SR: =dEr hat gewOnnen, aber ich- man sIEht ja, die nEUe platte von dir
 70 gEht ja (.) lOs wie äh wie ne rakEte- (.) ja, am ERsten am ERsten
 71 tag mEhr verkauft als Alex- (.) am ersten tag; oder is=das rIchtig?
 72 DK: jA hab ich gehÖrt; stimmt [``jA,]

Im Gegensatz allerdings zu üblichen Bezugnahmen auf künstlerische Produkte innerhalb von *Starinterviews*, welche die Platte zunächst als Werk (also etwa deren Inhalt, deren Zustandekommen etc.) thematisieren würde, hebt Raab hier dezidiert (zunächst) *nur* auf den ökonomischen Aspekt im Rahmen von Konkurrenzbeziehungen („*mehr verkauft als...*“) ab, wodurch die künstlerische Leistung resp. das Werk (die Platte) zum sekundären Moment gegenüber dem primär fokussierten Strang, nämlich dem Duell zwischen den „DSDS“-Protagonisten Daniel Küblböck und Alex Klaws, wird. Entsprechend findet auch hier der Topos ‚Sieger/gewinnen‘ in der ‚zwar-aber-Konstruktion‘ ‚*gewonnen hat zwar Alex, aber deine Platten verkaufen sich besser*‘ (Z 70/71) seinen Abschluss. Durch die Betonung des Konkurrenzprinzips sowie die Kompetivität um kurzfristige Verkaufserfolge („*am ersten tag mehr verkauf als...*“) prolongiert Raab seine doppelbödiges Gesprächsstrategie, die einerseits suggeriert, er interessiere sich tatsächlich für die künstlerische Leistung (Platte) resp. honoriere deren Erfolg („*geht ja los wie ne rakete*“), andererseits jedoch deutlich werden lässt, dass es darum geht, eine weitere Gesprächsfalle aufzubauen: Das Rekurren auf Platte und Erfolg scheinen als Köder zu dienen, DK zum Lästern über Kollegen bzw. zum Eigenlob zu animieren (gewissermaßen bekommt er es von Raab durch die Formulierung „... *mehr verkauft als Alex (...)* oder, ist das richtig?“ in den Mund gelegt) sowie ihn dadurch zu (u.U. riskanten) Stellungnahmen zu veranlassen (wozu DK in Z 74 (scheinbar) auch ansetzt (s.u.)). Verstärkt wird dies durch das stereotyp jugendsprachliche Register („*wie ne rakete...*“) sowie durch die Infantilisierung der Konkurrenz (wurzelnd in der Unterstellung, Rivalitäten in Prügeleien auszutragen), was beides zu einer Veralberung und damit Herabwürdigung der Person, des Verhaltens und des künstlerischen Wirkens des Gastes beiträgt. Küblböck hat dem offensichtlich nichts entgegnzusetzen und versucht der

unterstellten Rivalität und Missgünstigkeit mit Bescheidenheit und Distanzierung („ja hab' ich gehört, stimmt“ Z 72) zu begegnen.

Raab dagegen insistiert auf seiner Deutung der Rivalität zwischen Küblböck und Klawns:

6. „Stress“

73 SR: jA; gibts da strEss jetzt,
74 DK: also es ist [schOn n bisschen]
75 SR: [nEId, missgunst?]

Stilistisch (kurze, stakkatoartige Formulierungsdynamik) wie inhaltlich lehnt sich die vorliegende Passage an Schlagzeilen aus dem Boulevardjournalismus („stress (...), neid, missgunst“) an, wodurch (weiterhin) der Bereich der (medienvermittelten) Klatschkommunikation präsent gehalten wird. Dieses penetrante Insistieren auf etwaigen Skandalen hinter den Kulissen (bei DSDS) kann zum einen als parodistische Verlängerung der tatsächlichen Kooperation zwischen RTL, „DSDS“(-Kandidaten) und der Boulevardpresse (allen voran der Bild-Zeitung) gelesen werden. Zum anderen ist die vorliegende Frage an DK („gibt's da stress?“; Z 73) im Hinblick auf *Face-Work*-Gesichtspunkte als erneute, spielerisch-provokative Unterstellung zu verstehen, mit welcher Raab das Thema der Konkurrenz zwischen den „DSDS“-Protagonisten festklopft sowie das Szenario zweier rivalisierender Teenager weiter ausbaut (stilistisch wird dies etwa durch die jugendsprachliche Wendung „gibt's da stress“ (für: Ärger miteinander haben) zum Ausdruck gebracht). Der Rivalitätstopos, welcher bereits in Z 45 („wir haben immer zu dir gehalten“) zum ersten Mal anklingt, zieht sich wie ein roter Faden durch den Beginn des Gesprächs, ohne dass DK diesen an irgendeiner Stelle einbringt, ratifiziert und/oder aufgreift, im Gegenteil: er scheint bemüht, sich bei diesem Thema möglichst ‚bedeckt‘ zu halten (so beschränken sich die Äußerungen DKs in dieser Anfangssequenz nahezu ausschließlich auf – mehr oder weniger ironisch gebrochene – Rückmeldeaktivitäten). Das hartnäckige Aufrechterhalten und z.T. bis ins Alberne hineinreichende ‚Herumreiten‘ auf einem Thema, welches häufig weder heikel noch bloß ‚aus der Luft gegriffen‘ ist, sondern ärgerlich naheliegend und offensichtlich scheint, kristallisiert sich als eine Gesprächsstrategie Raabs heraus, die häufig darauf beruht, dass er offensichtlich Diskreditierendes – gewissermaßen das, was jeder denkt, aber aus Höflichkeit nicht erwähnt – als thematische Grundlage für Andeutungen, Unterstellungen und Provokationen nutzt.⁴⁹

Mittels einer solchen *Rahmenhybridisierung* gelingt es Raab einerseits, sich die Kooperativität und Gesprächsbereitschaft seines Gastes zu sichern (ihn sozusagen ‚bei der Stange zu halten‘), indem sowohl formal (es werden Fragen gestellt) als auch inhaltlich (so werden

49 So auch im weiteren Verlauf des Gesprächs: Als die Kandidatin Garcia Baur ausscheiden musste, berichtete die Bild-Zeitung, dass Küblböck deswegen in der Show zusammengebrochen sei: „Nein, Nein! Nicht Garcia!“ Dann sackte Daniel zu Boden“ (so Bild am 03.02.2003, vgl. auch Hickethier 2005). Den Ausschnitt, in dem Küblböck wegen eines Weinkrampfs zusammensackt, zeigten daraufhin auch diverse Boulevardmagazine. Auch Raab bedient sich dieses Ausschnitts, um ihn unmittelbar im Anschluss mit einem anderen Einspieler zu kontrastieren, in dem Küblböck wohl auf und lachend zu sehen ist. Mit Hilfe filmischer Montagetricks gelingt es Raab, Küblböck als unglaublichen Simulanten erscheinen zu lassen, der gewissermaßen auf Knopfdruck seine Gefühlszustände wechseln kann. Auf diese Weise schickt sich „TV total“ an, Gefühlsausbrüche innerhalb bestimmter Formate als mediale Authentizitätsinszenierungen – im Dienste hoher Einschaltquoten – zu entlarven.

u.a. auch übliche Themen wie die neue Platte angesprochen) dem Rahmen konventioneller Prominenten-Interviews entsprochen wird. Andererseits versteht er es zugleich seinen Gast in degradierender Weise vorzuführen, indem er von Beginn an genau jene Themen setzt und an ihnen festhält, welche offensichtlich – aus der Perspektive des Gastes – kaum zu dessen Imagegewinn beizutragen vermögen. Zudem wird alles scheinbar Ehrerbietendes und Verbindliches degradierend rückgerahmt (etwa „viele Fans“ , „da oben, ich hab's gehört“ /Z 37/39) oder erweist sich (retrospektiv) als Interaktionsfalle (etwa die oben angesprochene Fragen-Kaskade /Z 45-50). Dies hat zur Folge, dass – obwohl auf einer ersten Ebene z.T. übliche Fragen gestellt und übliche Themen angeschnitten werden –, der Gast durch den Gesprächsstil in eine unterlegene Position manövriert wird, in der er zur ‚leichten Beute‘ für degradierende Darstellungen seiner Selbst wird. Gesprächsbeiträge, Themensetzungen und Zwischentöne des Interaktionspartners (i.S.e. Selbstbestimmung) werden systematisch ignoriert. Entgegen dem Usus klassischer Starinterviews wird dem Gast in diesem Fall kein Forum zur Selbstdarstellung und -entfaltung geboten.

Beides trägt dazu bei, dass Küblböck als das vorgeführt wird, was er – aus Sicht „TV totals“ (resp. der anvisierten Zielgruppe) – auch ist bzw. sein soll, eine ‚Medienmarionette‘, die ‚am Ring in der Nase durch die Manege geführt wird‘.⁵⁰

2.6 Identitätsrahmung III: ‚Medienprojekt‘ (produktästhetisch/organisational)

Der Gast ‚Daniel Küblböck‘ tritt nicht nur als Person, sondern auch als prototypischer Vertreter des Formats „DSDS“ auf, d.h. er vertritt sich in der Show nicht bloß selbst als (künstlerisch produktive) Person, sondern eben auch den betreffenden organisational-produktästhetischen Komplex (d.h. v.a. die TV-Show „DSDS“, aber auch das dieser zugrunde liegende Konzept, die daran beteiligten (v.a. öffentlich sichtbaren) Medienfiguren (etwa das Jurymitglied Bohlen, als eines der Aushängeschilder des Senders RTL etc.), kurz das ‚Medienprojekt‘, durch welches er bekannt geworden ist. *Face-Work* wird auf diese Weise nicht bloß auf interpersonaler Ebene zwischen Raab und Küblböck, sondern auch auf Sendungstypenebene („TV total“ versus „DSDS“) betrieben. Auf diese Weise lassen sich Imageeffekte, welche im Gespräch personal attribuiert werden, immer auch hinsichtlich organisationaler resp. produktästhetischer Aspekte lesen (so spricht Raab etwa in Z 45 und 49 – wenn er auf die Behandlung Küblböcks zu sprechen kommt – von „wir“, womit er seine Moderations-Aktivitäten in den Zusammenhang eines organisationalen Sendebetriebs stellt, gewissermaßen die ‚Sendung‘ als Akteur (i.S.e. eines „korporierten Regisseurs“⁵¹) auftreten lässt).

Dieser Zusammenhang liegt zum einen auf der Hand (i.S.v. Weltwissen), sodass gleich zu Beginn darauf Bezug genommen werden kann, ohne dies explizieren, erklären oder aufwän-

50 Diese systematische Degradierung Küblböcks zur bloßen ‚Medienmarionette‘ gipfelt im vorliegenden Ausschnitt schließlich in der Aufführung seiner eigenen Vorführung: Als Höhepunkt des Gesprächs bringt Raab Küblböck dazu, mit ihm gemeinsam das Lied „Mädchen“ von Lucilectric mit dem Refrain „Ich bin so froh, dass ich ein Mädchen bin“ zu singen. Da sich Raab noch während der *Performance* als ‚Küblböck‘ verkleidet, führt er ihn nicht nur in doppelter Weise vor, sondern entzieht Küblböck die Möglichkeit seine eigenen Selbstdarstellungsansprüche zu verwirklichen.

51 Vgl. Reichertz (1992).

diger einführen zu müssen (etwa durch die Äußerungen „viele Fans“ (Z 37) oder „wir haben immer zu dir gehalten“ (Z 45), die ohne entsprechendes Kontextwissen nicht nachvollziehbar wären). Gerade aber die Selbstverständlichkeit, mit der Raab im Modus des „Wir“ Küblböck verorten kann, ist zum anderen Ansatzpunkt für die Tendenz der oben aufgezeigten Degradierungen: Die Gesprächsstrategie Raabs zielt darauf ab, es ‚natürlich‘ erscheinen zu lassen, dass nicht die Person, sondern das Medienprojekt im Vordergrund steht, und v.a. nicht die dort erbrachten Leistungen, sondern die Rivalitäten unter den mitwirkenden Personen, woraus sich zu ergeben scheint, dass hier nicht eine Person ein Projekt (mit-)betreibt, sondern ein Projekt eine Person hervorgebracht – gewissermaßen fabriziert – hat, und: das Projekt nicht das tut, was es behauptet zu tun (nämlich Gesangstalente zu fördern), sondern diese Inszenierung als Alibi nutzt, etwas ganz anderes zu tun, nämlich im Stile von *Real-People*-Formaten menschliche Konflikte und Skandale zu provozieren, um damit Boulevardblätter zu bedienen und mithilfe dieser *Publicity* Musik zu verkaufen, die ansonsten keine Aufmerksamkeit hätte erzielen können. So wird unter der Hand – so lassen sich die (Um-)Deutungsversuche Raabs deuten – aus dem Talentwettbewerb⁵² ein großer medialer Schwindel und aus dem Bild des selbstbestimmten Stars, welcher ein bestimmtes Medienformat bloß vertritt, das Bild einer abhängigen, fremdbestimmten ‚Marionette‘, welche ohne das Projekt im Rücken in sich zusammenfiel. Raab gelingt es damit, genau jene Diskrepanzen vorzuführen (gewissermaßen *live* am Prototyp ‚Küblböck‘), für die „DSDS“ (etwa im Feuilleton⁵³) kritisiert wurde.

Neben dieser übergreifenden und das gesamte Gespräch bestimmenden Strategie⁵⁴ scheinen im Detail weitere Aspekte der Verballhornung des Formats „DSDS“ auf, welche in der Tendenz schließlich als Versuche der Imageprofilierung des Formats „TV total“ in Abgrenzung zum Format „DSDS“ im Rahmen eines inszenierten Rede-Duells zweier Sendungstyp-Vertreter begriffen werden können. Im Einzelnen lassen diese Aspekte die oben angedeutete Kritik resp. die dadurch angestrebten Distinktionsgewinne greifbar werden, indem durch Themenwahl und -behandlung Bewertungen nahegelegt werden. Zentral hierfür ist die oben herausgearbeitete Strategie Raabs, den Fokus auf den Wettkampf und die Rivalitäten zwischen

52 Zur Geschichte und Funktion musikalischer Wettkämpfe vgl. Helms (2005), der das Erfolgsrezept der *Casting-Shows* an der Beteiligung der Zuschauer am Prozess der Formung der Ware festmacht: „Im Vergleich zu der problematisch gewordenen Kommunikation im herkömmlichen System der Musikwirtschaft mit verschlungenen Vertriebswegen, komplexen Marketingmaßnahmen und selten aussagekräftigen Marktforschungen schließen diese Formate Kommunikation zwischen Anbietern und Konsument wieder kurz: das Publikum wird durch das *Televoting* unmittelbar an der Herstellung des Produkts ‚Superstar‘ beteiligt und muss gleichzeitig dafür bezahlen.“ (Helms 2005: 35f.). Aus diesem Grund treten in *Castingshows* „nur zum Schein Musiker gegeneinander an. In Wirklichkeit wetteifern verschiedene fiktive Allianzen von Produzenten, denen sich der einzelne *Televoter* zugehörig fühlt, um die Definitionsmacht bei der Formung von Produkten.“ (ebd. 36).

53 Vgl. hierzu ausführlich Hickethier (2005), der für die Kritik der überregionalen Qualitätszeitungen an „DSDS“ zusammenfassend u.a. folgende argumentativen Grundlinien der Medienkritik feststellte: Neben den „brutalen Verfahren der Auslese“, „des Missbrauchs des bedingungslosen Willens zum Erfolg“ der Kandidaten, „die einer öffentlichen Demütigung und Entblößung ausgesetzt werden“, wurde vor allem der „Auraverlust des Startums (oder auch des Rebellischen des Pop) durch den Medienkommerz und die Prämierung des Durchschnittlichen“ beklagt. Des Weiteren wurde in allen überregionalen Qualitätszeitungen konstatiert, „dass die *Emotionalisierung des Publikums aus ökonomischem Kalkül*“ erfolge und die sogenannte ‚Verwertungskette‘ „zum prägenden Prinzip der Programmgestaltung gemacht werde“ (Hickethier 2005: 390. Herv. i. Orig.).

54 Dass es Raab im Großen und Ganzen darum geht, das Format „DSDS“ zu verballhornen, zeigt auch der weitere Verlauf des Gesprächs, in dem etwa kompromittierende Ausschnitte der einzelnen „DSDS“-Kandidaten gezeigt werden oder Küblböck das Singen-Können abgesprochen wird.

den Kandidaten zu legen, was einerseits zwar integraler Bestandteil des „DSDS“-Sende-Konzepts ist, andererseits jedoch durch Überbetonung, Vereinseitigung und Infantilisierung ein Bild der Lächerlichkeit erzeugt. Raab gelingt es auf diese Weise, die Widersprüchlichkeiten und Inkonsistenzen des „DSDS“-Konzeptes, so u.a. etwa die Widersprüche zwischen Wettkampf und Gemeinschaft, zwischen der Behandlung der Mitwirkenden als Stars resp. Show-Kandidaten, zwischen Authentizitätsreklamierungen und medienökonomischem Korsett, zwischen Zukunftsoffenheit und Lenkung sowie zwischen ‚Star-Sein‘ (als Resultat des Publikumsgeschmacks), ‚Star-Werden‘ (als persönliche Leistung) und ‚zum Star-Gemacht-Werden‘ (als Effekt einer funktionierenden ‚Medienmaschine‘), und damit dessen Ideologie (die all das zusammenhält), unterhaltsam *vorzuführen*. Entscheidend ist, dass dies nicht dadurch geschieht, dass behauptet oder argumentativ hergeleitet wird, dass etwas so sei, sondern vielmehr der Eindruck erzeugt wird, etwas sei tatsächlich so, wie (andernorts) behauptet wird. M.a.W.: Raab gibt mittels Andeutungen, Anspielungen, entsprechenden Rahmungen und Themensetzungen sowie einer insgesamt ‚überrumpelnden‘ Gesprächsführung dem Zuschauer die Möglichkeit, sich bestehender Vorurteile zu versichern (etwa: Küblböck als ‚Medienmarionette‘), d.h. das zu sehen, was man (sowieso) schon zu wissen glaubt.

Vor diesem (scheinbar medienkritischen) Hintergrund der Entlarvung bzw. Verballhornung kulturindustrieller Machenschaften kann „TV total“ für sich die Rolle eines satirischen Fernsehbeobachters reklamieren, welcher – im Gegensatz zum ‚abgekarteten Medienzirkus‘ im Stile von „DSDS“ – anderen und – so lässt sich inferieren – weniger doppelbödigen (und damit ‚verlogenen‘) Bedingungen unterworfen ist.

4. Fazit

Der ‚vor-führend kompetitive Gästetalk‘ wurde hier als exemplarisches Untersuchungsobjekt, gewissermaßen als typisches Dokument einer medialen ‚Theatralitätskultur‘, angeführt. Kennzeichnend ist zunächst, dass der hier erzeugte Humor das Ergebnis eines scheinbar ‚zukunfts-offenen‘ (kontingenten) verbalen Schlagabtauschs oder Duells zwischen Gast und Moderator ist. Unterhaltungspotential resp. Spannung entsteht aufgrund des beiderseitigen (Gesichtsverlusts-)Risikos, was typisch ist für ‚*interpersonale action*‘. Gezeigt werden konnte allerdings, dass der komikgenerierende Schlagabtausch das Resultat kalkulierter, genauer: rahmender Aktionen darstellt, welche (Rahmen-)Bedingungen schaffen, in denen der Gast unterliegen *muss*. Verantwortlich hierfür ist zuallererst die Spezifik des Sendegenres resp. -formats (Comedy, „TV total“). Die für das *dokutainment*-orientierte Fernsehen⁵⁵ typische Tendenz, Alltagsmenschen resp. ‚echte Menschen‘ in krisenhaften Interaktionen vorzuführen, erhält durch „TV total“ eine besondere Variante: Es werden nicht nur (verbale *Face-Work*-

⁵⁵ Gemeint sind hier alle Formate, welche sich ‚echter Menschen‘ zur Unterhaltungsgenerierung bedienen, also vornehmlich sog. ‚Reality-Shows‘ oder ‚Doku-Soaps‘. Als eine Untergruppe lassen sich eben Comedy-Formate begreifen, die statt gescripteter Sketche oder *Stand-Up-Comedy*-Einlagen auf die Interaktion mit (mehr oder weniger) unvorbereiteten Gästen zu Komikgenerierung zurückgreifen.

Wettkämpfe mit der Hoffnung auf Kontrollverluste inszeniert, vielmehr operieren diese darüber hinaus mit doppelbödigen Konstruktionen und ‚unfairen‘ Regeln. Die anfängliche Frage, was das ist, was als Starinterinterview erscheint, kann vor diesem Hintergrund beantwortet werden: Es handelt sich um einen Schlagabtausch zweier Kontrahenten, welcher von vorne herein als ‚unlauterer Wettbewerb‘ angelegt ist. M.a.W.: Raab begibt sich in eine medial vorbereitete Boxkampfarena, aus welcher er als Sieger hervorgehen muss und in welcher seinen Kontrahenten nichts weiter als der Status eines Sparringspartners zukommt. Wird der Boxkampf dagegen real, drehen sich die Vorzeichen um (wie gesehen im Kampf Halmich versus Raab).

Literatur

- Antaki, Charles/Widdicombe, Sue (Hrsg.) (1998): *Identities in talk*. London: Sage.
- Auer, Peter (1986): Kontextualisierung. In: *Studium Linguistik*. 19. 22-47.
- Bergmann, Jörg (1985): Flüchtigkeit und methodische Fixierung sozialer Wirklichkeit. In: Bonß, Wolfgang/Hartmann, Heinz (Hrsg.): *Entzauberte Wissenschaft. Soziale Welt, Sonderband 3*. Göttingen: Schwartz. 299-320.
- Brock, Alexander (2004): *Black Adder, Monty Python und Red Dwarf. Eine linguistische Untersuchung britischer Fernsehkomödien*. Tübingen: Stauffenberg.
- Brown, Penelope/Levinson, Stephen C. (1987): *Politeness. Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Deppermann, Arnulf (1999): *Gespräche analysieren*. Opladen: Leske und Budrich.
- Deppermann, Arnulf/Schmidt, Axel (2003): Vom Nutzen des Fremden für das Eigene. Interaktive Praktiken der sozialen Abgrenzung in einer jugendlichen peer-group. In: Merken, Hans/Zinnecker, Jürgen (Hrsg.): *Jahrbuch Jugendforschung*. Bd. 3. Opladen: Leske und Budrich. 25-56.
- Giddens, Anthony (1984): *Interpretative Soziologie. Eine kritische Einführung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Giddens, Anthony (1995): *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. Frankfurt/M.: Campus.
- Goffman, Erving (1967): *Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1969): *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München: Piper.
- Goffman, Erving (1971a): *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1971b): *Verhalten in sozialen Situationen. Strukturen und Regeln der Interaktion im öffentlichen Raum*. Gütersloh: Bertelsmann.
- Goffman, Erving (1974): *Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1977): *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1981a): *Strategische Interaktion*. München: Hanser.
- Goffman, Erving (1981b): *Geschlecht und Werbung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Greshoff, Rainer/Kneer, Georg (Hrsg.) (1999): *Struktur und Ereignis in theorievergleichender Perspektive*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Gumperz, John J. (1992): Contextualization and understanding. In: Goodwin, Charles/Duranti, Alessandro (Hrsg.): *Rethinking context*. Cambridge: Cambridge University Press. 230-252.
- Habscheid, Stefan (2000): Das ‚Mikro-Makro-Problem‘ in der Gesprächsforschung. In: *Gesprächsforschung*, (www.gespraechsforschung-ozs.de). 1. 125-148.
- Helms, Dietrich (2005): Von Marsyas bis Küblböck. Eine kleine Geschichte und Theorie musikalischer Wettkämpfe. In: Helms, Dietrich/Phleps, Thomas (Hrsg.): *Keiner wird gewinnen. Populäre Musik im Wettbewerb*. transcript: Bielefeld. 11-39.

- Henslin, James M./Briggs, Mae A. (1971): *Dramaturgical desecualization: the sociology of vaginal examination*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Hepp, Andreas (2003): Stefan Raab, Regina Zindler und der Maschendrahtzaun: Ein populäres Medienereignis als Beispiel der Eventisierung von Medienkommunikation. *Populäre Events: Medienevents, Spielevents, Spaß-events*. Opladen: Leske und Budrich. 39-112.
- Hickethier, Knut (2003): Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart et al.: Metzler.
- Hickethier, Knut (2005): „Bild“ erklärt den Daniel“ oder „Wo ist Küblböcks Brille?“ – Medienkritik zur Fernsehshow „Deutschland sucht den Superstar“ (2003). In: Weiß, Ralph (Hrsg.): *Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten*. Vistas: Düsseldorf. 337-394.
- Hügel, Hans-Otto und Müller, Eggo (Hrsg.) (1993): *Fernsehsows: Form- und Rezeptionsanalyse*. Hildesheim: Universität Hildesheim.
- Keppeler, Angela (2006): *Mediale Gegenwart. Eine Theorie des Fernsehens am Beispiel der Darstellung von Gewalt*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Knoblauch, Hubert (1991): Kommunikation im Kontext. John J. Gumperz und die interaktionale Soziolinguistik. In: *Zeitschrift für Soziologie* 6. 446-462.
- Knop, Karin (2007): *Comedy in Serie. Medienwissenschaftliche Perspektiven auf ein TV-Format*. Bielefeld: transcript.
- Kurzenberger, Hajo (2003): Theatralität. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): *Handbuch Populäre Kultur*. 451-457.
- Luhmann, Niklas (1995): Was ist Kommunikation? In: Luhmann, Niklas: *Soziologische Aufklärung*. Bd. 6: *Die Soziologie und der Mensch*. Opladen: Westdeutscher Verlag. 113-124.
- Müller, Eggo (1999): *Paarungsspiele. Beziehungssows in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens*. Berlin: Edition Sigma.
- Müller, Eggo (2003): Show. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): *Handbuch Populäre Kultur*. Stuttgart: Metzler. 408-413.
- Nagel, Armin (2003): Comedy. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): *Handbuch Populäre Kultur*. Stuttgart: Metzler. 138-142.
- Parsons, Talcott (1965): Struktur und Funktion der modernen Medizin. Eine soziologische Analyse. In: König, René/Tönnemann, Margret (Hrsg.): *Probleme der Medizin-Soziologie. Sonderheft 3 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Opladen: Westdeutscher Verlag. 10-57.
- Plake, Klaus (2004): *Handbuch der Fernsehforschung. Befunde und Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Radcliffe-Brown, Alfred R. (1965): On joking relationships. In: Radcliffe-Brown, Alfred R.: *Structure and function in primitive society. Essays and addresses*. New York; London: Cohen und West. 90-104.
- Real, Michael (1989): *Super Media. A Cultural Studies Approach*. Newbury Park; London; New Dehli: Sage Publications.
- Reichert, Jo (1992): Der Morgen danach. Hermeneutische Auslegung einer Werbefotographie in zwölf Einstellungen. In: Hartmann, Hans A. und Haubl, Rolf (Hrsg.): *Bilderflut und Sprachmagie. Fallstudien zur Kultur der Werbung*. Opladen: Westdeutscher Verlag. 141-164.
- Schank, Gerd/Schwitalla, Johannes (Hrsg.) (1987): *Konflikte in Gesprächen*. Tübingen: Narr.
- Schmidt, Axel (2002): Aggressiver Humor in den Medien – am Beispiel der Fernseh-Comedy-Show ‚TV total‘. In: *Medien & Kommunikation*. 2. 195-226.
- Schmidt, Axel (2004): *Doing peer-group. die interaktive Konstitution jugendlicher Gruppenpraxis*. Frankfurt/M. et al.: Lang.
- Schmidt, Axel (2006): Drill und Kasernierung als Attraktionsstrategie in Real-Life-Formaten. In: Neumann-Braun, Klaus/Richard, Birgit (Hrsg.): *Ich-Armeen. Täuschen – Tarnen – Drill*. München: Fink. 57-77.
- Schmitt, Reinhold (1993): Kontextualisierung und Konversationsanalyse. In: *Deutsche Sprache*. 21. 326-354.
- Schneider, Wolfgang Ludwig (1994): *Die Beobachtung von Kommunikation. Zur kommunikativen Konstruktion sozialen Handelns*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schneider, Wolfgang Ludwig (2002): *Grundlagen der soziologischen Theorie*. Bd. 2: Garfinkel – RC – Habermas – Luhmann. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schütte, Wilfried (2002): ‚Tussi Talk‘ – neue Fernsehformate für Teens In: *Der Deutschunterricht*. 2. 62-81.
- Schütz, Alfred (1974): *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Selting, Magret et al. (1998): Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem (GAT). In: *Linguistische Berichte* 173. 91-122.
- Soeffner, Hans-Georg (1989): *Auslegung des Alltags – Der Alltag der Auslegung. Zur wissenssoziologischen Konzeption einer sozialwissenschaftlichen Hermeneutik*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

- Thomas, Günter (1998): Medien – Ritual – Religion. Zur religiösen Funktion des Fernsehens. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Willems, Herbert (1997): Habitus und Rahmen. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Willems, Herbert (1998): Inszenierungsgesellschaft? Zum Theater als Modell, zur Theatralität von Praxis. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.): Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch Opladen: Westdeutscher Verlag. 23-80.
- Willems, Herbert/Kautt, York (2003): Theatralität der Werbung. Theorie und Analyse massenmedialer Wirklichkeit: Zur kulturellen Konstruktion von Identität. Berlin/New York: de Gruyter.

Anhang

Abkürzungen

DK	Daniel Küblböck
SR	Stefan Raab
XP	Studiopublikum (unspezifisch)
WP	weiblicher Gast aus dem Studiopublikum
T	Ton, z.B. Geräusche oder Musik der Studioband

Transkriptionskonventionen nach GAT⁵⁶

Basistranskript

Sequentielle Struktur

[]	Überlappung und Simultansprechen
[]	
=	schneller, unmittelbarer Anschluss neuer Turns

Pausen

(.)	Mikropause
(-), (--), (---)	kurze, mittlere, längere Pausen (ca. 0.25-0.75 bis ca. 1 Sek.)
(2.0)	Pausen von mehr als ca. 1 Sekunde Länge

Sonstige segmentale Konventionen

un=äh	Verschleifungen innerhalb von Einheiten
:, ::, :::	Dehnung, Längung, je nach Dauer
äh, öh, etc.	Verzögerungssignale, sog. „gefüllte Pausen“
,	Abbruch durch Glottalverschluss

Lachen

so(h)o	Lachpartikel beim Reden
haha hehe hihi	silbisches Lachen
((lacht))	Beschreibung des Lachens

⁵⁶ Vgl. Selting et al. 1998.

Rezeptionssignale

hm, ja, nein, nee	einsilbige Signale
h=hm, ja=a,	zweisilbige Signale
,hm' hm	mit Glottalverschlüssen, meistens verneinend

Akzentuierung

akZENT	Primär- bzw. Hauptakzent
ak!ZENT!	extra starker Akzent

Tonhöhenbewegung am Einheitenende

?	hoch steigend
,	mittel steigend
-	gleichbleibend
;	mittel fallend
*	tief fallend

Sonstige Konventionen

((hustet))	para-/außersprachliche Handlungen/Ereignisse
<<hustend> >	sprachbegleitende para- und außersprachliche Handlungen und Ereignisse mit Reichweite
<<erstaunt> >	interpretierende Kommentare mit Reichweite

Feintranskript**Akzentuierung**

akZENT	Primär- bzw. Hauptakzent
akzEnt	Sekundär- bzw. Nebenakzent
ak!ZENT!	extra starker Akzent

Intralineare Notation von Akzenttonhöhenbewegungen

`SO	fallend
˘SO	steigend
_SO	gleichbleibend
˘˘S	steigend-fallend
˘˘SO	fallend-steigend

Verändertes Tonhöhenregister

<<t> >	tiefes Tonhöhenregister
<<h> >	hohes Tonhöhenregister

Lautstärke- und Sprechgeschwindigkeitsveränderungen

<<f> >	forte, laut
<<ff> >	fortissimo, sehr laut
<<p> >	piano, leise
<<pp>	pianissimo, sehr leise
<<all>	allegro, schnell
<<len> >	lento, langsam

<<cresc> >	crescendo, lauter werdend
<<dim> >	diminuendo, leiser werdend
<<acc> >	accelerando, schneller werdend
<<rall> >	rallentando, langsamer werdend

Ein- und Ausatmen

.h, .hh, .hhh	Einatmen, je nach Dauer
h, hh, hhh	Ausatmen, je nach Dauer